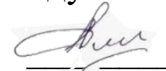


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Навчально науковий гуманітарний інститут

Кафедра психології

«Допущений до захисту»

Завідувач кафедри

 Карсканова С. В.
(підпис)

«10» грудня 2025 р.

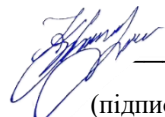
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»
на тему: ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ, ЯК
ЕЛЕМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ІНДИВІДА.

Виконав: студент групи 6558мз

 Корольова Т.М.
(підпис)

Керівник роботи:

к. політ. н., доцент

 Кравчук О.Ю.
(підпис)

Миколаїв – 2025 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Навчально науковий гуманітарний інститут

Кафедра психології
Спеціальність 053 Психологія
Освітня програма «Психологія»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Гарант освітньої програми
 Кравчук О.Ю.
«5» грудня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Студенту Короьовій Тетяні Миколаївні

1. Тема роботи: Психологічні чинники медіаграмотності, як елемент соціальної компетентності індивіда.

Керівник роботи к. політ. н., доцент Кравчук Ольга Юріївна

Затверджені наказом ректора № 967-уч від «5» вересня 2025 року

2. Термін подання роботи: 1 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані по роботі: спеціальна наукова і методична література та інші матеріали з психології, передовий практичний досвід.

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів):

4.1. Теоретичні основи медіаграмотності та соціальної компетентності особистості.

4.2. Емпіричне дослідження медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості.

4.3. Практико-орієнтована програма розвитку медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості.

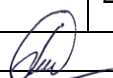
5. Перелік презентаційних матеріалів: презентація доповіді по роботі у форматі Microsoft Power Point загальною кількістю 11 слайдів, з висвітленням таких питань як об'єкт предмет, мета і завдання роботи (2 слайди), використані методи емпіричного дослідження (1 слайд), теоретичні узагальнення з теми дослідження (2 слайди), результати емпіричного дослідження, їх демонстрація (рисунки, таблиці), аналіз та інтерпретація (5 слайдів), висновки (1 слайд).

7. Дата видачі завдання «5» вересня 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

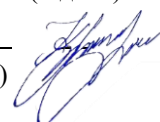
Номер	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1.	Формулювання теми роботи	01.09.2025	
2.	Опрацювання літератури з теми дослідження. Визначення мети, завдань, об'єкта, предмета дослідження.	10.09.2025	Список використаної літератури має включати не менше 40 позицій (передусім сучасні актуальні із яких не менше 25% - за останні п'ять років).
3.	Написання вступу. Визначення методів і бази дослідження.	10.09.2025-15.09.2025	Вступ (обсяг 3 – 4 сторінки)
4.	Написання Розділу 1. Подання на перевірку	15.09.2025-30.09.2025.	Розділ 1. (15-20 сторінок)
5.	Підготовка та проведення емпіричного дослідження (констатувальний експеримент).	30.09.2025-10.10.2025	Розділ 2. (15-20 сторінок)
6.	Написання Розділу 2. Подання на перевірку	10.10.2025 - 31.10.2025	
7.	Підготовка та проведення емпіричного дослідження (формульальний експеримент).	31.10.2025-10.11.2025	
8.	Написання Розділу 3. Подання на перевірку	10.11.2025-22.11.2025	Розділ 3 (20-30 сторінок)
9.	Оформлення тексту роботи. Подання керівнику на перевірку. Перевірка роботи на академічну доброчесність	22.11.2025-25.11.2025	Загальний обсяг основного тексту роботи 40 – 50 сторінок.
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	25.11.2025-28.11.2025	
11.	Опрацювання зауважень і виправлення недоліків	28.11.2025-01.12.2025	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на рецензування	01.12.2025-08.12.2025	
13.	Захист роботи	15.12.2025-25.12.2025	

Студент


 (підпис)

Корольова Т.М.

Керівник роботи


 (підпис)

Кравчук О.Ю.

АНОТАЦІЯ

Корольова Т.М. Психологічні чинники медіаграмотності, як елемент соціальної компетентності індивіда. Кваліфікаційна робота зі спеціальності 053 «Психологія», освітньої програми «Психологія». Миколаїв: НУК ім. адм. Макарова, 2025. 70 сторінок.

Мета дослідження полягає у науковому обґрунтуванні та аналізі психологічних чинників, що визначають формування медіаграмотності як складової соціальної компетентності особистості в умовах цифрового суспільства. З літературних джерел досліджуваної проблематики після аналізу до загального списку наукових джерел було зараховано 54 джерела. Для досягнення поставленої мети застосовано порівняльний теоретичний аналіз, конкретизацію й узагальнення даних наукової, методичної літератури і контенту мережі Інтернет. Проведений аналіз літературних джерел показав, що проблема медіаграмотності набуває особливої актуальності в умовах інформаційного суспільства, оскільки вона є невід’ємною складовою соціальної компетентності сучасної особистості. Виявлено, що медіаграмотність тісно пов’язана з розвитком критичного мислення, емоційного інтелекту, рефлексії та соціальної відповідальності індивіда.

Розглянуто особливості формування медіаграмотності в контексті психологічних чинників, зокрема таких, як когнітивні установки, мотиваційні орієнтації, рівень емпатії та самоусвідомлення. Особливу увагу приділено впливу соціального середовища, медіакультури та особистісних рис на здатність людини до критичного сприйняття інформаційних потоків.

Сформульовано основні принципи розвитку медіаграмотності як елементу соціальної компетентності: принцип свідомої селекції інформації, принцип критичного аналізу медіатекстів, принцип етичної відповідальності та принцип саморегуляції у медіапросторі.

Отримано наступні результати: уточнено психологічний зміст поняття «медіаграмотність», визначено структуру психологічних чинників, що впливають на її розвиток, обґрунтовано взаємозв’язок між рівнем медіаграмотності та

сформованістю соціальної компетентності. Результати дослідження можуть бути використані у практиці психологічної освіти, тренінгових програмах розвитку критичного мислення та формування соціально відповідальної поведінки.

Ключові слова: медіаграмотність, соціальна компетентність, психологічні чинники, критичне мислення, індивід.

ABSTRACT

Koroliova T.M. Psychological Factors of Media Literacy as an Element of an Individual's Social Competence. Qualification paper in the specialty 053 "Psychology", educational program "Psychology". Mykolaiv: Admiral Makarov National University of Shipbuilding, 2025. 70 pages.

The purpose of the study is to provide a scientific substantiation and analysis of the psychological factors that determine the formation of media literacy as a component of an individual's social competence in the conditions of a digital society. After analyzing the literature sources on the researched issue, 54 sources were included in the general list of scientific references. To achieve the stated aim, comparative theoretical analysis, specification, and generalization of data from scientific and methodological literature, as well as Internet content, were applied. The analysis of literary sources has shown that the problem of media literacy becomes particularly relevant in the context of the information society, as it is an integral component of the social competence of a modern individual. It has been revealed that media literacy is closely related to the development of critical thinking, emotional intelligence, reflection, and social responsibility of the individual.

The features of media literacy formation in the context of psychological factors are examined, in particular such factors as cognitive attitudes, motivational orientations, the level of empathy, and self-awareness. Special attention is paid to the influence of the social environment, media culture, and personality traits on an individual's ability to critically perceive information flows.

The main principles of media literacy development as an element of social competence are formulated, namely: the principle of conscious information selection,

the principle of critical analysis of media texts, the principle of ethical responsibility, and the principle of self-regulation in the media space.

The following results were obtained: the psychological content of the concept of “media literacy” was уточнено, the structure of psychological factors influencing its development was determined, and the relationship between the level of media literacy and the degree of social competence formation was substantiated. The research findings can be applied in the practice of psychological education, training programs for the development of critical thinking, and the formation of socially responsible behavior.

Keywords: media literacy, social competence, psychological factors, critical thinking, individual.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ	11
1.1. Поняття медіаграмотності. Психологічні аспекти медіаграмотності.	11
Соціальна компетентність особистості: визначення та складові.	18
1.2 Взаємозв'язок між медіаграмотністю та соціальною компетентністю особистості.	23
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ	29
2.1. Організація дослідження.....	29
2.2. Аналіз результатів дослідження	32
2.3. Рекомендації щодо підвищення медіаграмотності.	39
Висновки до розділу 2.	46
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНА ПРОГРАМА РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ	49
3.1. Опис практико-орієнтованої програми розвитку медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості	49
3.2. Перевірка ефективності практико-орієнтованої програми розвитку медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості	54
Висновки до розділу 3.	56
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	69
Додаток А	69
Додаток Б.....	71

ВСТУП

Актуальність. Сучасне інформаційне суспільство відкриває перед людиною широкі можливості для саморозвитку, але водночас створює низку нових викликів у процесі її соціалізації. Стрімкий розвиток цифрових технологій, розширення медійного простору та зростання впливу соціальних мереж вимагають не лише технічної грамотності, а й сформованих навичок критичного мислення, аналітичного підходу та свідомого використання інформації у повсякденній діяльності. У цьому контексті медіаграмотність постає як важлива складова соціальної компетентності, адже забезпечує психологічну стійкість до інформаційних впливів і допомагає людині впевнено діяти в цифровому середовищі.

Медіаграмотність не зводиться лише до уміння перевіряти факти або користуватися технічними інструментами. Вона має глибокий психологічний зміст, який охоплює розвиток когнітивних здібностей, емоційної врівноваженості та навичок ефективної комунікації. Саме психологічні чинники визначають, наскільки людина здатна протистояти маніпуляціям, адекватно тлумачити інформаційні повідомлення та зберігати об'єктивність у цифровому просторі.

У сучасному медійному середовищі людина постійно взаємодіє з величезними обсягами даних, серед яких значна частина є викривленою або навмисно маніпулятивною. Це підвищує ризики поширення фейків, дезінформації та інформаційних атак. Саме тому медіаграмотність набуває статусу однієї з ключових компетентностей XXI століття — вона дає змогу критично оцінювати зміст повідомлень, розпізнавати маніпулятивні стратегії та формувати свідоме ставлення до інформаційної взаємодії.

Водночас медіаграмотність тісно взаємопов'язана із соціальною компетентністю, що передбачає вміння діяти відповідально, приймати виважені рішення та підтримувати конструктивне спілкування. В умовах глобальних криз, воєнних загроз і стрімкої цифрової трансформації особливої значущості набуває вивчення психологічних аспектів медіаграмотності, адже саме вони визначають

здатність людини протидіяти зовнішнім впливам і сприяють формуванню критично мислячої та соціально зрілої особистості.

Об'єкт дослідження: медіаграмотність як складова соціальної компетентності індивіда.

Предмет дослідження: психологічні чинники формування та розвитку медіаграмотності особистості.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що розвиток медіаграмотності як складової соціальної компетентності особистості залежить від рівня сформованості її когнітивних, емоційно-вольових і комунікативних якостей.

Мета дослідження полягає у науковому обґрунтуванні та аналізі психологічних чинників, що визначають формування медіаграмотності як складової соціальної компетентності особистості в умовах цифрового суспільства.

Згідно з метою та гіпотезою дослідження нами було поставлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до визначення понять «медіаграмотність» і «соціальна компетентність».
2. Виокремити психологічні чинники, що впливають на формування медіаграмотності.
3. Визначити взаємозв'язок між рівнем медіаграмотності особистості та розвитком її когнітивних, емоційно-вольових і комунікативних якостей.
4. Дослідити взаємозв'язок між рівнем медіаграмотності та соціальною компетентністю особистості.
5. Провести емпіричне дослідження особливостей розвитку медіаграмотності у вибірці респондентів.
6. Обґрунтувати практичні рекомендації щодо розвитку медіаграмотності як чинника соціальної компетентності.

Теоретичні методи

- аналіз, синтез та узагальнення наукової літератури;
- порівняльно-історичний аналіз підходів до проблеми медіаграмотності;
- системний підхід до вивчення взаємозв'язку медіаграмотності та соціальної компетентності.

Емпіричні методи:

- Анкетування. Авторський опитувальник: «Рівень медіаграмотності особистості» - дозволяє визначити рівні медіаграмотності та соціальної компетентності.
- Тестування. Тест «Медіаграмотність та китичне мислення» (розробка Задільської Л.Р. 2022 р.) – дає змогу продіагностувати когнітивний рівень медіаграмотності та соціальної компетентності
- кореляційний аналіз для виявлення взаємозв'язків між психологічними чинниками медіаграмотності та соціальною компетентністю.

Математико-статистичні методи обробки результатів:

- Регресійний аналіз – дає змогу показати взаємозв'язок окремих компонентів соціальної компетентності та їх вплив на медіаграмотність.
- Кластерний аналіз – дозволяє описати рівні медіаграмотності та визначити взаємозв'язок рівня медіаграмотності із рівнем сформованості соціальної компетентності особистості.

Вибірка дослідження проводилася серед 35 студентів віком 22–30 років які навчаються у закладах вищої освіти.

Наукова новизна дослідження вперше запропоновано комплексну методику оцінки рівня медіаграмотності у поєднанні із соціальною компетентністю та встановлено конкретні взаємозв'язки між компонентами соціальної компетентності та медіаграмотністю, які раніше не досліджувалися.

Практична значущість дослідження може бути використана в освітньому процесі для розробки програм розвитку медіаграмотності, тренінгів критичного мислення та комунікативних навичок. Запропоновані рекомендації можуть стати підґрунтям для формування практичних інструментів підвищення інформаційної безпеки та соціальної компетентності молоді в умовах цифрової епохи.

Апробація роботи. Основні положення, теоретичні висновки та практичні результати дослідження були апробовані у формі публікації тез на таких конференціях:

- XVI Міжнародно науково-технічна конференція «Інновації в суднобудуванні та океанотехніці» (м. Миколаїв, Національний університет кораблебудування, 2025 р.).
- Конференція «Майбутнє в результатах сучасних наукових досліджень '2025» № 40 від 20 серпня 2025 року.
- Гуманітарний вісник НУК. Збірник наукових праць.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (містить 54 найменування), 2 додатків. Обсяг основного змісту роботи складає 58 сторінок. Робота містить 8 таблиць та 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

1.1. Поняття медіаграмотності. Психологічні аспекти медіаграмотності.

Поняття медіаграмотності в українській науковій традиції тісно пов'язане з розвитком медіаосвіти, яку розглядають як один із ключових засобів формування критичного мислення та інформаційної культури особистості.

На думку М. Іванчук, медіаграмотність — це здатність людини не лише аналізувати, критично оцінювати та створювати медіатексти, а й усвідомлювати вплив медіа на суспільство та власну свідомість [13].

Українські дослідники наголошують, що медіаграмотність має інтегративний характер і включає когнітивний, емоційний та ціннісно-орієнтаційний компоненти [14]. Це свідчить про те, що вона виходить далеко за межі технічних умінь роботи з інформацією, охоплюючи психологічні механізми рефлексії, критичного мислення й саморегуляції.

З психологічного погляду медіаграмотність безпосередньо пов'язана зі стійкістю до маніпулятивних впливів, фейкової інформації та пропаганди. Результати досліджень українських науковців підтверджують, що недостатній рівень медіаграмотності може зумовлювати підвищення тривожності, розвиток інформаційної залежності й навіть соціальну дезорієнтацію [25]. Натомість сформована медіаграмотність підвищує психологічну безпеку, сприяє усвідомленому вибору, відповідальній комунікації та критичному сприйняттю інформації.

Важливим напрямом сучасних досліджень є медіаідентичність особистості. Як зазначає Л. Найдьонова, під час взаємодії з медіа людина вибудовує уявлення про себе та інших, засвоює соціальні ролі й моделі поведінки [28]. Це набуває особливої ваги у цифровому середовищі, де формується новий тип комунікації — інтерактивний і водночас соціально ризикований.

Медіаграмотність у сучасному українському контексті розглядається не лише як освітня або інформаційна компетентність, а як багатовимірне

психологічно-соціальне явище, що сприяє розвитку критичного мислення, стійкості до інформаційних загроз і формуванню соціальної компетентності.

Проблема формування медіаграмотності посідає чільне місце у сучасній освіті та психології. В умовах цифрової доби вона виконує не лише комунікативну функцію, а й захисну — сприяє збереженню психологічного благополуччя, підвищує здатність до аналізу й осмислення інформаційних потоків.

Різні українські науковці пропонують власні підходи до визначення цього поняття.

Так, К. Крутій трактує медіаграмотність як здатність критично аналізувати інформаційні потоки, оцінювати їхню достовірність і протидіяти маніпуляціям, підкреслюючи значення критичного мислення [19].

І. Березіна розглядає медіаграмотність інтегративно — як компетентність, що включає знання про медіа, практичні вміння роботи з ними та ціннісні орієнтації особистості [7].

Л. Іванова акцентує увагу на когнітивному й психологічному аспектах, визначаючи медіаграмотність як здатність адекватно інтерпретувати медіатексти, співвідносити їх із реальністю та власним досвідом [12].

В. Павленко підкреслює освітній і соціальний виміри медіаграмотності, розглядаючи її як чинник формування інформаційної культури та соціальної адаптації [31].

На думку М. Павленко й О. Діденко, медіаграмотність передбачає розвиток когнітивних умінь — аналізу, критичного мислення, емоційної стійкості та саморегуляції в умовах інформаційного перевантаження [8].

Л. Найдьонова виокремлює соціально-психологічну роль медіаграмотності, адже саме у процесі взаємодії з медіа формуються уявлення про себе, інших і власні комунікативні стратегії [28].

Додатковий внесок у розуміння цього явища зробили О. Поцулко та І. Аветісова, які досліджували роль психологічного фактчекінгу у підвищенні рівня медіаграмотності студентської молоді. В. Шабуніна й О. Тур розглядають медіаграмотність як чинник інформаційної безпеки особистості, тоді як М.

Іванчук аналізує її як основу розвитку соціальної компетентності та громадянської активності. В. Кобець, у свою чергу, досліджує вплив цифрових медіа на розвиток емоційного інтелекту дітей.

Важливим доповненням до наукових підходів є положення державних документів. У концепції впровадження медіаосвіти, розробленій Національною академією педагогічних наук України, медіаграмотність визначається як складова інформаційної культури, що забезпечує безпечну поведінку особистості в цифровому середовищі [20].

У методичних рекомендаціях МОН України «Медіаграмотність у новій українській школі» наголошується на її практичному значенні — умінні ефективно використовувати інформаційні ресурси для навчання, професійного розвитку й дотриманні етичних стандартів безпеки [21].

Спираючись на різні наукові трактування, можна виокремити чотири основні підходи до розуміння медіаграмотності — освітній, психологічний, соціальний і культурний, що узагальнено в таблиці 1.1. **Табл.1.1.**

Підходи до визначення медіаграмотності

Визначення	Акцент
Медіаграмотність — це здатність критично аналізувати інформаційні потоки, визначати їхню достовірність та протидіяти маніпуляціям.	Критичне мислення, протидія дезінформації
Розуміння медіаграмотності як інтегральної компетентності, що включає знання про медіа, навички роботи з ними та ціннісні орієнтації особистості.	Освітньо-компетентнісний підхід
Медіаграмотність — це здатність особистості адекватно інтерпретувати	Когнітивно-психологічний аспект

медіатексти, співвідносити їх з реальністю та власним досвідом.	
Медіаграмотність визначається як елемент інформаційної культури людини, що забезпечує безпечну поведінку у цифровому середовищі.	Культурологічний та безпековий вимір
Це здатність ефективно користуватися інформаційними ресурсами для навчання, роботи та саморозвитку, з урахуванням етичних норм.	Практично-орієнтований підхід

авторська розробка

Медіаграмотність безпосередньо пов'язана з психологічними чинниками, оскільки саме вони забезпечують якість сприйняття, переробки та оцінки інформації.

До ключових психологічних аспектів належать:

- Когнітивні чинники – розвиток критичного та аналітичного мислення, уміння виявляти суперечності та логічні помилки в інформаційних повідомленнях.
- Емоційно-вольові чинники – здатність протидіяти маніпулятивним технікам, емоційній дезінформації, зберігати стійкість до інформаційного стресу.
- Соціально-комунікативні чинники – уміння вести дискусію, аргументувати власну позицію, толерантно взаємодіяти в медіапросторі.
- Мотиваційні чинники – потреба в достовірній інформації, прагнення до саморозвитку, відповідальне ставлення до поширення контенту.

Психологічні чинники медіаграмотності подані в таблиці 1.2.

Табл.1.2.

Психологічні чинники медіаграмотності.

Чинник	Сутність	Приклад прояву
Когнітивний	Критичне мислення, аналітичні навички	Виявлення фейкових новин

Емоційний	Стійкість до маніпуляцій, контроль емоцій	Не піддаватися паніці через «сенсації»
Соціальний	Комунікативна культура, здатність вести діалог	Аргументована участь у дискусіях онлайн
Мотиваційний	Усвідомлене ставлення до інформації	Перевірка джерел перед поширенням

На думку Л. Найдьонової, психологічна стійкість і критичне мислення формують основу медіаграмотності та визначають її ефективність у соціальній взаємодії та адаптації в цифровому середовищі[29].

Окремим важливим аспектом сучасного розуміння медіаграмотності є її зв'язок із процесами соціальної взаємодії та соціального навчання. Поширення цифрових технологій значно розширило спектр медіа, з якими щодня взаємодіє людина, — від традиційних новинних ресурсів до соціальних мереж, блогів, відеоплатформ, месенджерів і нейромережових сервісів. У цих умовах здатність орієнтуватися в інформаційному середовищі стає не лише елементом компетентності, а й чинником соціальної успішності. Медіаграмотна людина здатна ефективно взаємодіяти у цифровому просторі, підтримувати конструктивні комунікації, дотримуватися етичних норм, розуміти ризики онлайн-взаємодії та коректно реагувати на можливі порушення інформаційної безпеки.

Психологічні дослідження свідчать, що формування медіаграмотності є безпосередньо пов'язаним із розвитком виконавчих функцій мозку — уваги, робочої пам'яті, планування, гнучкості мислення та здатності подавляти імпульсивні реакції. Такі навички стають особливо важливими у середовищі постійного інформаційного шуму, коли людина отримує величезні обсяги даних, часто суперечливих або емоційно забарвлених. Уміння виділити головне, провести аналіз джерел, відокремити факти від оцінних суджень і сформулювати власну позицію є не лише інформаційною, а й когнітивно-психологічною навичкою.

Суттєвою складовою медіаграмотності є емоційна компетентність, яка впливає на здатність критично оцінювати інформацію, не піддаючись емоційним тригерам. Медіатексти часто побудовані так, щоб викликати сильні емоційні реакції — страх, обурення, співчуття, радість, тривогу. Емоційна реактивність знижує критичність мислення та підвищує сприйнятливність до маніпуляцій. У цьому контексті медіаграмотність включає вміння розпізнавати власні емоційні стани, усвідомлювати, як вони впливають на сприйняття інформації, та здійснювати емоційну саморегуляцію.

Українські психологи наголошують, що важливим компонентом медіаграмотності є психологічна дистанція, тобто здатність відокремлювати медіареальність від реального життя. У цифровому середовищі кордони між подіями, які відбуваються насправді, та подіями, представленими у медіа, часто стираються. Це може призводити до формування викривленої картини світу, віртуального загострення страхів, виникнення відчуття загрози та формування псевдосоціальних зв'язків. Психологічна дистанція дозволяє оцінювати інформацію більш об'єктивно, не ототожнюючи себе з нав'язаними образами й сценаріями.

У контексті цифровізації особливого значення набуває питання інформаційної безпеки. Медіаграмотність розглядається як механізм захисту психіки від дезінформації, фейків, маніпуляцій, кібербулінгу, пропаганди та токсичного медіаконтенту. Сучасні українські дослідження підкреслюють, що здатність виявляти маніпулятивні техніки — фреймінг, емоційне навантаження, алгоритмічні упередження, цілеспрямовану дезінформацію — є одним із ключових критеріїв високого рівня медіаграмотності [20, 22].

Важливою також є соціально-комунікативна складова. Медіаграмотність передбачає вміння вести конструктивний діалог у цифровому середовищі, дотримуватися правил етикету та інформаційної етики, уникати агресії, хейту, поширення недостовірної інформації та дискримінаційних висловлювань. Це особливо актуально з огляду на поширення токсичної комунікації в соціальних

мережах, що може впливати на психологічний стан і формування самооцінки користувачів, зокрема підлітків.

У межах психології розвитку медіаграмотність розглядається як важливий чинник становлення особистісної зрілості. Для дітей і підлітків вона виконує функцію розвитку критичного та креативного мислення, допомагає уникнути інформаційної залежності, сприяє формуванню відповідальної поведінки в онлайн-середовищі. Для дорослих — стає інструментом професійного зростання, соціальної адаптації та збереження психологічного благополуччя. Для людей похилого віку — засобом підтримки соціальної залученості та профілактики інформаційних маніпуляцій.

Окремого розгляду потребує культурний аспект медіаграмотності. Медіа відіграють важливу роль у трансляції культурних норм, цінностей і моделей поведінки. Високий рівень медіаграмотності дозволяє людині критично оцінювати ці впливи, усвідомлювати контексти, в яких формуються медіаповідомлення, і зберігати власну ідентичність у глобалізованому цифровому просторі. Це надзвичайно актуально для українського суспільства, яке перебуває під впливом інформаційної агресії, культурних викликів і необхідності збереження національної ідентичності.

Отже, медіаграмотність у сучасному її розумінні — це комплексна інтегральна характеристика особистості, яка поєднує когнітивні, емоційні, соціальні та культурні компоненти. Вона є не лише засобом орієнтації в інформаційному просторі, а й психологічним інструментом захисту, розвитку та формування зрілої громадянської позиції. У зв'язку з цим формування медіаграмотності має розглядатися як один із ключових напрямів роботи в системі освіти, медіаосвіти, психологічної профілактики та соціальної політики.

Узагальнення наукових підходів українських учених і положень державних документів свідчить, що медіаграмотність доцільно розглядати як складне багатовимірне явище. Вона поєднує не лише когнітивний компонент, пов'язаний із розумінням та критичним осмисленням інформації, а й емоційний, соціальний і ціннісний виміри.

Завдяки цій багатогранності медіаграмотність виступає чинником розвитку критичного мислення, формування психологічної стійкості та зміцнення соціальної компетентності особистості. Таким чином, її варто трактувати не як окрему освітню чи технічну навичку, а як важливу психологічну та соціальну категорію, що визначає особливості інформаційної поведінки людини в сучасному світі.

1.2. Соціальна компетентність особистості: визначення та складові.

У сучасному суспільстві соціальна компетентність стає не просто важливою якістю, а необхідною умовою для комфортного життя та успішної взаємодії з оточенням. Ми живемо у світі, де люди щодня вступають у десятки прямих і непрямих контактів: на роботі, в родині, у навчанні, у соціальних мережах. Саме тому здатність будувати стосунки, домовлятися, висловлювати думки, правильно реагувати на емоції інших людей і відповідально поводитися в складних ситуаціях — не менш важлива, ніж професійні знання.

Соціальна компетентність є однією з ключових характеристик особистості, що визначає її здатність ефективно взаємодіяти з оточенням, приймати виважені рішення та будувати конструктивні стосунки з іншими людьми [12]. В умовах цифрової епохи її значущість зростає, адже значна частина комунікації переміщується в онлайн-простір. Це вимагає від людини не лише знання соціальних норм і моделей поведінки, а й уміння критично оцінювати інформаційні потоки, зберігати емоційну рівновагу та адекватно реагувати на соціальні виклики [13].

Важливо підкреслити, що соціальна компетентність формується поступово й охоплює весь життєвий досвід — від дитинства до дорослого віку. Вона залежить від сімейного виховання, шкільного середовища, культурного контексту, професійної діяльності, а також від того, наскільки людина готова вчитися, аналізувати власну поведінку й розвиватися. У дитинстві ми засвоюємо базові правила спілкування, у підлітковому віці вчимося бути частиною групи, в

дорослому житті — розвиваємо відповідальність, уміння працювати в команді та налагоджувати стосунки з людьми, які мають інші погляди, досвід та інтереси.

У науковій літературі соціальна компетентність визначається як інтегральна характеристика особистості, що охоплює здатність до адаптації, саморегуляції та конструктивної взаємодії в соціальному середовищі [12]. Вона включає знання соціальних правил і ролей, уміння застосовувати їх у реальному житті, а також здатність до емоційного самоконтролю, емпатії та співпраці. Сучасні підходи підкреслюють, що формування соціальної компетентності базується на поєднанні когнітивних, емоційно-вольових і мотиваційних компонентів та значною мірою залежить від особистісних рис, соціального досвіду й умов освітнього середовища [36].

Сьогодні формування соціальної компетентності особливо актуальне через активну цифровізацію життя. Онлайн-спілкування часто позбавлене емоційних сигналів, жестів, інтонацій, що ускладнює взаєморозуміння. Тому людині потрібно навчитися не лише правильно висловлювати свої думки, а й бути уважною до деталей, які вказують на емоційний стан іншого, навіть якщо комунікація відбувається в чаті чи відеоконференції. Крім того, у цифровому просторі зростає ризик маніпуляцій, фейків, агресивної поведінки — і саме розвинена соціальна компетентність допомагає протидіяти цим викликам.

Важливо й те, що соціальна компетентність безпосередньо впливає на психологічне благополуччя. Люди, які вміють будувати здорові відносини, легше долають конфлікти, відчують менше стресу, рідше потрапляють у травматичні ситуації та швидше відновлюються після труднощів. Вони більш упевнені в собі, краще розуміють власні потреби й можуть зберігати межі у спілкуванні з іншими.

Ще один важливий аспект — соціальна компетентність сприяє професійному успіху. У сучасних організаціях працедавці високо цінують не лише технічні вміння, а й так звані «м'які навички»: уміння працювати в команді, вирішувати конфлікти, проявляти ініціативу, слухати інших, грамотно презентувати свої ідеї. Людина, яка володіє цими навичками, має більше шансів

на кар'єрне зростання, успішну адаптацію в колективі та продуктивну роботу з різними типами людей.

Окремий напрям сучасних досліджень присвячений взаємозв'язку соціальної компетентності з медіаграмотністю. Уміння критично аналізувати медіаконтент, розпізнавати маніпуляції, дотримуватися етичних норм і відповідально взаємодіяти в цифровому просторі розглядається як невід'ємна частина соціальної компетентності сучасної людини [38], [43].

На основі аналізу літератури можна виокремити основні структурні компоненти соціальної компетентності:

- Когнітивна складова — охоплює знання соціальних норм і правил, розуміння соціальних ролей, очікувань та закономірностей взаємодії у різних суспільних контекстах [49].
- Емоційна складова — передбачає розвиток емпатії, самоконтролю, емоційної чутливості та здатності адекватно сприймати емоційні реакції інших [37].
- Комунікативна складова — включає навички ефективного спілкування, аргументованого висловлення власної позиції, ведення діалогу, запобігання та конструктивного розв'язання конфліктів [51].
- Мотиваційна складова — відображає внутрішню готовність до взаємодії, прагнення до співпраці, соціальну відповідальність і усвідомлення наслідків власних дій [53].

Ці складові взаємопов'язані та взаємозалежні. Наприклад, когнітивні знання без розвитку емоційної чутливості або мотиваційної готовності до взаємодії втрачають практичну цінність. Водночас комунікативні навички, у поєднанні з критичним мисленням, забезпечують ефективне функціонування особистості в різних соціальних і інформаційних ситуаціях, у тому числі в умовах цифрового середовища [25].

Структуру соціальної компетентності узагальнено представлено на рис. 1.2 «Структура соціальної компетентності».

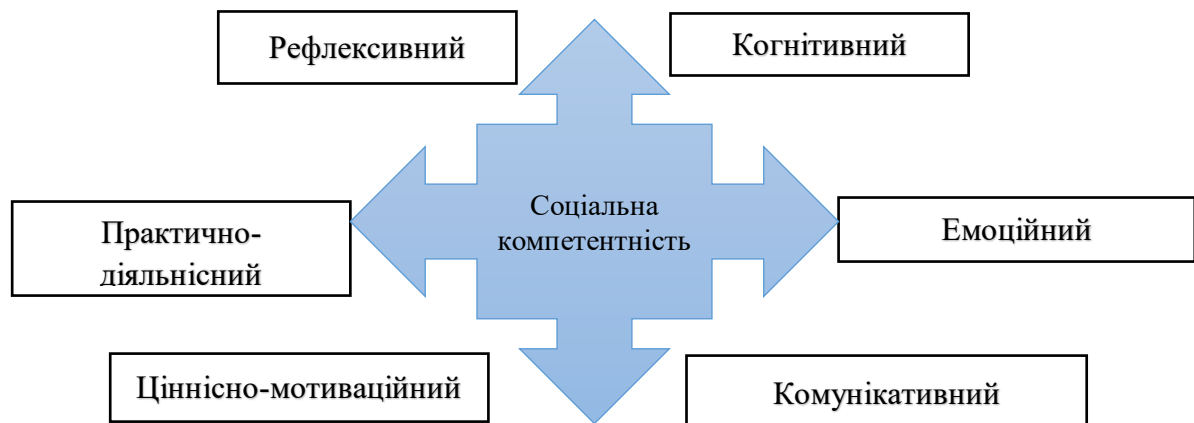


Рис.1.2.1. «Структура соціальної компетентності»

Як видно зі схеми, соціальна компетентність включає низку складових, кожна з яких має власний зміст та функціональне навантаження. Розглянемо їх детальніше.

1. Когнітивний компонент (знання):

- включає систему знань про соціальні норми, правила, етичні стандарти та особливості взаємодії в суспільстві;
- охоплює розуміння міжособистісних відносин, соціальних ролей та культурних традицій;
- формує здатність оцінювати ситуації та робити соціально адекватний вибір.

2. Емоційний компонент (емпатія):

- пов'язаний із розвитком емоційного інтелекту, здатністю до співпереживання;
- включає уміння розпізнавати та регулювати власні емоції й враховувати емоційний стан інших;
- забезпечує гармонійність міжособистісних відносин та сприяє толерантності.

3. Комунікативний компонент (спілкування):

- охоплює вміння ефективно передавати інформацію, слухати, ставити питання та аргументувати власну позицію;
- включає навички діалогу, дискусії, ведення переговорів;
- формує культуру мовлення та міжкультурну комунікацію.

4. Ціннісно-мотиваційний компонент:

- передбачає усвідомлення значущості соціальної взаємодії та орієнтацію на гуманістичні цінності;
- включає внутрішню мотивацію до співпраці, взаємоповаги, соціальної відповідальності;
- виступає підґрунтям для формування особистісної позиції та соціально активної поведінки.

5. Практично-діяльнісний компонент:

- проявляється у здатності застосовувати знання й навички у реальних соціальних ситуаціях;
- охоплює навички самопрезентації, командної роботи, вирішення конфліктів;
- забезпечує ефективність соціальної адаптації та професійної діяльності.

6. Рефлексивний компонент:

- включає здатність до самоаналізу, критичної оцінки власної поведінки та її наслідків;
- сприяє усвідомленню сильних і слабких сторін у міжособистісному спілкуванні;
- допомагає у формуванні адекватної самооцінки та особистісного зростання.

Кожен із розглянутих компонентів виконує специфічні функції у процесі становлення соціальної компетентності, а їх взаємодія забезпечує цілісність та ефективність розвитку особистості.

Отже, соціальну компетентність доцільно розглядати як багатовимірне утворення, що поєднує когнітивні, емоційні, комунікативні та мотиваційні складники. Вона відображає здатність людини ефективно взаємодіяти в

соціальному середовищі, передбачати наслідки власних дій і приймати відповідальні рішення. У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій соціальна компетентність дедалі тісніше переплітається з медіаграмотністю, формуючи основу для становлення активної, свідомої та соціально відповідальної особистості.

1.3. Взаємозв'язок між медіаграмотністю та соціальною компетентністю особистості.

Взаємозв'язок між медіаграмотністю та соціальною компетентністю не є поверховим чи випадковим — він має системний характер і ґрунтується на спільних психологічних, когнітивних та поведінкових механізмах розвитку особистості. Сучасні дослідження демонструють, що здатність орієнтуватися в інформаційному просторі безпосередньо впливає на якість соціальної взаємодії, адже саме через медіа людина щодня отримує більшу частину уявлень про соціальний світ, норми поведінки, моделі взаємодії та способи реагування на виклики.

Одним із ключових аспектів взаємозв'язку є те, що медіа виступають своєрідним «соціальним полем», де моделюються різні типи взаємин: співпраця, конфлікт, лідерство, маніпуляція, підтримка. Учасник медіапростору постійно стикається з прикладами поведінки, які може свідомо чи несвідомо засвоювати, а отже — формувати власні соціальні стратегії. Саме тому недостатній рівень медіаграмотності часто спричиняє формування спрощених або викривлених уявлень про суспільні процеси, підсилює поляризацію думок та знижує здатність до конструктивного діалогу.

Також важливо зазначити, що соціальні мережі, новинні платформи та цифрові інструменти створюють умови для постійної взаємодії з великою кількістю людей. Це середовище вимагає від особистості значно вищого рівня соціальної свідомості, ніж традиційні форми комунікації. Наприклад, публічність висловлювань, швидке поширення інформації, відкритість персональних даних —

все це робить соціальну поведінку більш відповідальною та регульованою. Тому медіаграмотність поступово стає необхідною частиною соціальної грамотності, оскільки дозволяє усвідомлювати межі приватності, правила безпечної поведінки та ризики цифрової взаємодії.

Окрім цього, медіаграмотність сприяє розвитку здатності бачити соціальні явища в ширшому контексті. Критичне осмислення медійного контенту допомагає людині розуміти, як інформація впливає на формування громадської думки, соціальної напруги, стереотипів і дискримінаційних практик. Такий підхід формує соціально відповідальне ставлення до власного інформаційного вибору та поведінки, а також розвиває здатність протидіяти дезінформації, пропаганді та маніпулятивній риторичі. У цьому сенсі медіаграмотність стає важливим інструментом громадянської зрілості та демократичної культури.

З іншого боку, високий рівень соціальної компетентності значно полегшує оволодіння медіаграмотністю. Люди, які мають розвинені навички співпраці, критичного мислення, емпатії та діалогу, легше адаптуються до інформаційного середовища, адекватніше реагують на суперечливий контент і краще розрізняють конструктивну та деструктивну комунікацію. Це пояснюється тим, що соціально компетентна особистість схильна перевіряти інформацію, враховувати позицію інших людей, дотримуватися етичних норм і висловлювати свою думку з повагою до співрозмовників. Така поведінка автоматично знижує ризики потрапляння під вплив маніпуляцій або участі в онлайн-конфліктах.

У сучасних умовах особливо актуальним є питання цифрової етики, яке об'єднує медіаграмотність та соціальну компетентність у практичний модуль. Вміння дотримуватися етичних стандартів у медіапросторі — не поширювати неперевірену інформацію, поважати особисті межі інших, уникати мови ворожнечі — стає важливою частиною соціальної відповідальності. Такі навички не формуються окремо, вони є результатом синергії соціальної компетентності та медіаграмотності, які взаємно підсилюють одна одну. Медіаграмотність і соціальна компетентність — взаємопов'язані феномени, що формуються як у процесі формальної освіти, так і через неформальне навчання та соціальний

досвід. Медіаграмотність забезпечує людині здатність критично сприймати, інтерпретувати й створювати медіаповідомлення, а також усвідомлювати їхній вплив на поведінку та суспільні процеси. Саме ці вміння стають основою розвитку соціальної компетентності, оскільки сприяють ефективній комунікації, формуванню відповідальності та толерантності у взаємодії з іншими[13].

У сучасному суспільстві цифрові медіа є не лише каналом отримання інформації, а й середовищем соціальної взаємодії. Відтак рівень медіаграмотності визначає, наскільки людина здатна конструктивно діяти в соціальних ситуаціях, запобігати конфліктам, зберігати етичні норми спілкування й критично ставитися до інформаційного контенту.

Розвинена медіаграмотність сприяє формуванню таких важливих аспектів соціальної компетентності, як емпатія, саморегуляція, вміння вести діалог і робити усвідомлений вибір. Вона забезпечує когнітивні, комунікативні та рефлексивні ресурси, які дозволяють особистості ефективно функціонувати в умовах інформаційного перевантаження.

Тому сміливо, медіаграмотність, можна розглядати як складову або навіть механізм розвитку соціальної компетентності. Вона допомагає людині не лише орієнтуватися в інформаційному просторі, але й діяти відповідально, підтримувати гармонійні стосунки та зберігати внутрішню стійкість у сучасному цифровому середовищі.

З метою глибшого розуміння взаємодії цих двох феноменів розглянемо основні механізми взаємозв'язку між медіаграмотністю та соціальною компетентністю особистості.

Механізми взаємозв'язку:

1. Когнітивно-інформаційний механізм. Медіаграмотність формує здатність аналізувати інформацію, розпізнавати маніпуляції та фейковий контент, що підвищує обізнаність особистості про соціальні норми, ризики й права — складники когнітивного аспекту соціальної компетентності [25],[31].
2. Комунікативний механізм. Навички створення й інтерпретації медіа (писемні й вербально-візуальні) підвищують ефективність міжособистісної

комунікації, вміння аргументувати позицію, вести діалог і налагоджувати соціальні зв'язки [32],[40].

3. Емоційно-регулятивний механізм. Медіаграмотність сприяє розвитку емпатії та емоційного інтелекту через розуміння емоційних конструкцій у медіа та навчання їх критичній інтерпретації — це підсилює емоційний компонент соціальної компетентності [26].
4. Ціннісно-мотиваційний механізм. Медіаосвітні практики формують громадянську позицію, орієнтацію на етичні цінності й соціальну відповідальність [23],[33].
5. Практично-діяльнісний механізм. Через проєктну, групову та онлайн-діяльність (медіапроєкти, моделювання конфліктних ситуацій, дискусії) особистість набуває практичних навичок соціальної взаємодії: переговорів, вирішення конфліктів, лідерства [18],[24].
6. Рефлексивний механізм. Критична робота з медіа розвиває рефлексію щодо власного інформаційного вибору та поведінки, що посилює здатність до самоаналізу та корекції соціальних дій [51],[21].

Для кращого розуміння взаємозв'язку між медіаграмотністю та соціальною компетентністю доцільно подати механізми цього процесу у вигляді схеми рис 1.3. «Механізми взаємозв'язку».



Рис.1.3. «Механізми взаємозв'язку»

Як бачимо зі схеми, медіаграмотність забезпечує формування соціальної компетентності через розвиток критичного мислення, емпатії, толерантності, уміння аналізувати та створювати інформацію, що у комплексі сприяє соціальній відповідальності особистості.

Емпіричні дослідження в Україні свідчать, що програмні втручання з медіаосвіти покращують як медійні навички, так і соціально-комунікативні показники учасників: підвищується здатність до критичного мислення, зростає рівень співпраці у групах, знижується ризик дезадаптивної поведінки [28]. Практичні методики — інтерактивні вправи, дискусії, проєктна діяльність — показали себе ефективними у формуванні одночасних медіа- і соціальних навичок[32],[40].

Розуміння взаємозв'язку медіаграмотності та соціальної компетентності дає змогу визначити практичні напрями впровадження цих ідей у систему освіти та виховання.

Практичні наслідки для освіти та виховання:

1. Інтеграція предметів. Викладання медіаосвіти слід поєднувати з курсами з морально-громадянського виховання та психології спілкування: це дозволить синергетично розвивати і медійні, і соціальні компетентності [23],[33].
2. Методи навчання. Використовувати проблемно-орієнтовані, проєктні методи, рольові ігри, аналіз кейсів медіа-контенту — вони одночасно тренують інформаційний аналіз і міжособистісну взаємодію [18],[32].
3. Оцінювання. Рекомендується розробити інструменти діагностики, що вимірюють як медійну грамотність, так і соціально-комунікативні навички [24]. Комбінований підхід дозволяє відстежувати вплив медіаосвітніх програм на соціальну компетентність.

Взаємозв'язок медіаграмотності та соціальної компетентності є взаємопідсилюючим: розвиток медійних умінь сприяє покращенню якості соціальної взаємодії, а сформована соціальна компетентність підвищує здатність

використовувати медіа для суспільно корисних цілей. Саме тому освітні програми, спрямовані на розвиток соціальної компетентності молоді, мають обов'язково включати модулі з медіаосвіти та практичні вправи, які допомагають поєднати знання з реальним досвідом [5], [21], [23].

Висновки до розділу 1

У першому розділі було здійснено теоретичний аналіз понять «медіаграмотність» та «соціальна компетентність», визначено їх сутність, структуру та взаємозв'язок.

По-перше, медіаграмотність розглядається як ключова компетентність сучасної особистості, що передбачає здатність критично сприймати, аналізувати та інтерпретувати інформацію, створювати власний медіаконтент і відповідально взаємодіяти у медіапросторі.

По-друге, соціальна компетентність визначена як інтегральна характеристика особистості, що включає когнітивний, емоційний, комунікативний, ціннісно-мотиваційний, практично-діяльнісний та рефлексивний компоненти. Саме їхня сукупність забезпечує ефективну взаємодію людини у суспільстві та формування адекватних моделей поведінки.

По-третє, встановлено, що між медіаграмотністю та соціальною компетентністю існує тісний взаємозв'язок: медіаграмотність виступає засобом розвитку соціальної компетентності, сприяє формуванню критичного мислення, емпатії, комунікативних навичок та здатності до соціально відповідальної поведінки.

Таким чином, результати теоретичного аналізу підтверджують, що формування медіаграмотності є невід'ємною складовою розвитку соціальної компетентності особистості, а їх поєднання створює підґрунтя для ефективного функціонування людини в умовах сучасного інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ.

2.1. Організація дослідження.

Організація емпіричного психологічного дослідження передбачала чітке визначення його методологічних засад, логіки побудови, принципів добору вибірки й забезпечення психометричної надійності обраних методик. Емпіричне дослідження було спрямоване на з'ясування особливостей взаємозв'язку між рівнем медіаграмотності та сформованістю соціальної компетентності особистості. Для досягнення поставленої мети було визначено об'єкт, предмет, мету та завдання дослідження, а також обґрунтовано вибір вибірки та методів.

На першому етапі здійснено теоретико-методологічне обґрунтування дослідження, яке включало аналіз наукових концепцій медіаграмотності та соціальної компетентності, їх структурних компонентів та психологічних механізмів взаємодії. Теоретичний аналіз дав змогу побудувати понятійно-категоріальний апарат дослідження, виокремити ключові змінні, операціоналізувати їх та визначити діагностичні індикатори, що можуть бути валідно виміряні за допомогою психодіагностичних методів.

Об'єктом емпіричного дослідження є процес формування соціальної компетентності особистості, а **предметом** – медіаграмотність як чинник розвитку соціальної компетентності.

Метою дослідження є аналіз взаємозв'язку між рівнем медіаграмотності та сформованістю компонентів соціальної компетентності особистості.

Психологічна логіка дослідження передбачала формулювання дослідницьких завдань, що включали: діагностику рівня медіаграмотності, оцінку соціальної компетентності, аналіз взаємозв'язку між досліджуваними змінними та узагальнення отриманих результатів у контексті психологічних чинників соціального функціонування.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані такі **завдання**:

1. Визначити рівень медіаграмотності респондентів за обраними діагностичними критеріями.
2. Оцінити сформованість компонентів соціальної компетентності.
3. З'ясувати кореляційний зв'язок між медіаграмотністю та соціальною компетентністю.
4. Узагальнити отримані результати та зробити висновки щодо практичного значення медіаграмотності для розвитку соціальної компетентності.

Емпірична вибірка складалася з 35 студентів віком 22–35 років. Добір респондентів здійснювався за принципом добровільності й інформованої згоди, із дотриманням етичних норм психологічного дослідження. Хоч вибірка є невеликою, її якісна однорідність забезпечує внутрішню валідність дослідження. Вік 22–35 років охоплює період активного професійного становлення та інтенсивного використання цифрових технологій, що робить дослідження особливо показовим. Респонденти, які мають вищу або незавершену вищу освіту, найчастіше стикаються з необхідністю критичного аналізу інформації, що дозволяє отримати релевантні дані про взаємозв'язок медіаграмотності та соціальної компетентності.

Усі процедури проводилися дистанційно у форматі онлайн-анкетування та тестування з використанням стандартизованих інструкцій. Анонімність відповідей забезпечила психологічний комфорт та достовірність отриманих даних. Для досягнення мети використано комплекс взаємодоповнюючих методів, що дозволило забезпечити комплексне дослідження медіаграмотності та соціальної компетентності.

Емпіричні методи такі, як анкетування та тестування дозволили виявити загальний рівень медіаграмотності, критичного мислення та соціальних навичок. Математико-статистичні методи обробки результатів, а саме:

- метод регресійного аналізу допоміг виявити, які компоненти найбільш впливають на медіаграмотність;
- метод кластерного аналізу показав як відрізняється рівень соціальної компетентності у респондентів, що мають різні рівні медіаграмотності.

Психологічне дослідження базувалося на таких принципах:

- Принцип об'єктивності — забезпечення умов, що унеможливають суб'єктивний вплив дослідника на результати.
- Принцип валідності — використання методів, адекватних змісту досліджуваних конструктів.
- Принцип надійності — забезпечення повторюваності результатів шляхом стандартизації процедур.
- Принцип етичності — дотримання прав респондентів, конфіденційності, добровільної участі.
- Принцип системності — розгляд медіаграмотності й соціальної компетентності як комплексних психологічних утворень.

Таким чином, організація дослідження передбачає комплексний підхід до вивчення медіаграмотності та соціальної компетентності, що дозволяє отримати об'єктивні результати та виявити закономірності їхнього взаємозв'язку.

Методи, використані у дослідженні наведено у табл. 2.1.

Табл.2.1.

Методи використанні у дослідженні

Метод	Ціль застосування	Ключові показники
Емпіричні методи дослідження		
Анкетування. Авторський опитувальник: «Рівень медіаграмотності особистості»	Виявлення рівня медіаграмотності та соціальної компетентності	Загальний рівень медіаграмотності. Кількісні дані про рівень знань, умінь, навичок
Тестування. Тест «Медіаграмотність та критичне мислення»	Діагностика когнітивного рівня медіаграмотності та	Об'єктивна оцінка рівня сформованості компонентів

(розробка Задільської Л.Р. 2022 р.)	соціальної компетентності	
Математико-статистичні методи обробки результатів		
Регресійний аналіз	Показати взаємозв'язок окремих компонентів соціальної компетентності та їх вплив на медіаграмотність	Виявлення впливу медіаграмотності на рівень сформованості соціальної компетентності
Кластерний аналіз	Виокремити три групи досліджуваних — із високим, середнім і низьким рівнями медіаграмотності	Взаємозв'язок рівня медіаграмотності із рівнем сформованості соціальної компетентності особистості.

Застосований комплексний психодіагностичний підхід дозволив розглянути медіаграмотність не лише як когнітивну здатність, а як інтегральну характеристику, що функціонує у взаємозв'язку з соціальними навичками, емоційною регуляцією та поведінковими компонентами соціальної компетентності. Така організація дослідження надала можливість виявити структуру й особливості взаємодії двох складних психологічних конструктів і отримати емпіричні дані для обґрунтування психологічних механізмів їхнього зв'язку.

2.2. Аналіз результатів дослідження

У цьому підрозділі представлено результати емпіричного дослідження медіаграмотності студентів та їх взаємозв'язку із соціальною компетентністю. Для збору даних використовувались такі методи: анкетування (авторський

опитувальник «Рівень медіаграмотності особистості»), тестування («Медіаграмотність та критичне мислення» Л. Р. Задільської, 2022 р.), регресійний та кластерний аналізи.

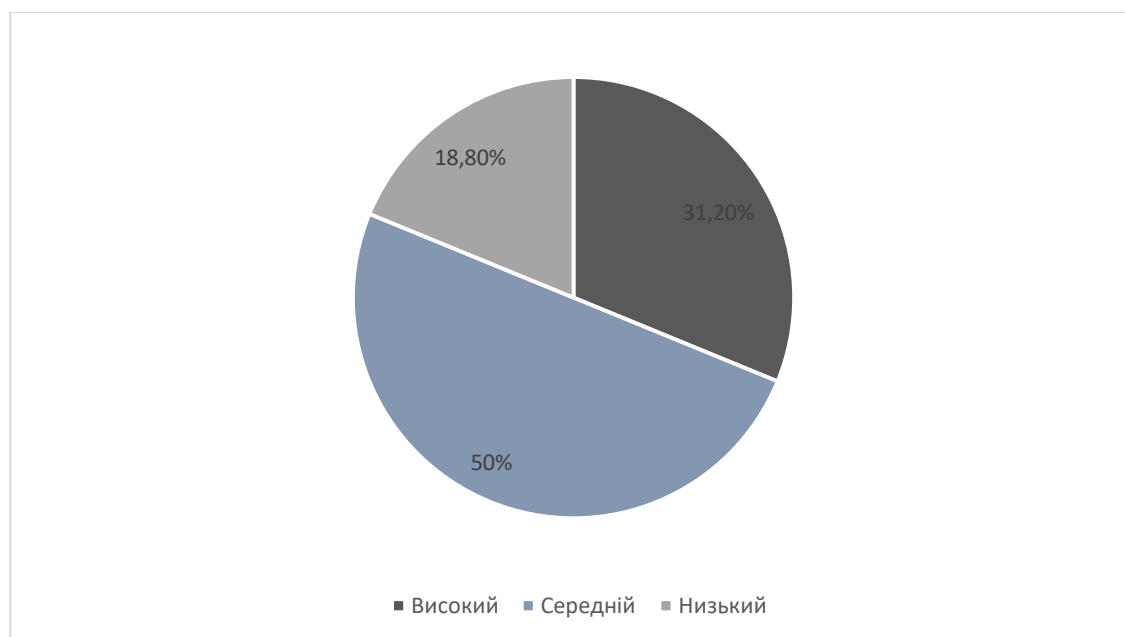
За підсумками анкетування за авторським опитувальником виявлено три рівні сформованості медіаграмотності студентів: високий, середній та низький. Більшість респондентів продемонстрували середній рівень ($\approx 50\%$), тоді як високий рівень показали близько третини опитаних, а низький рівень – лише кожен п'ятий. Детальний розподіл подано у таблиці (див. Табл. 2.2.).

Табл. 2.2.

Розподіл студентів за рівнем медіаграмотності

Рівень медіаграмотності	Кількість студентів	% від загальної кількості
Високий (50–60 балів)	12	31,2 %
Середній (35–49 балів)	18	50,0 %
Низький (20–34 бали)	5	18,8 %
Разом	35	100 %

Відсоткове уявлення, яка група переважає подано у рис.2.1.



Застосування кластерного аналізу дало можливість виділити три рівні соціальної компетентності серед досліджуваних:

Високий рівень – характеризується високими показниками комунікативності, емпатії та здатності до рефлексії.

Середній рівень – відзначається нестабільністю поведінкових реакцій, частковим усвідомленням соціальних норм.

Низький рівень – демонструє труднощі у міжособистісній взаємодії та недостатній розвиток самоконтролю.

Подальше співставлення кластерів із рівнями медіаграмотності показало, що респонденти з високим рівнем соціальної компетентності мають також вищий рівень медіаграмотності, що підтверджує існування позитивного взаємозв'язку між цими феноменами. Кластерний аналіз дозволив виокремити три групи респондентів за рівнем розвитку соціальної компетентності.

Респонденти першого кластеру демонструють високі показники за всіма компонентами компетентності (середнє значення – 4.7), що свідчить про сформованість навичок ефективної взаємодії та саморегуляції.

Другий кластер характеризується середнім рівнем розвитку (3.4), а третій – низьким (2.0), що підтверджує неоднорідність вибірки за досліджуваними параметрами. Детальні показники представлені у табл.2.2.

Табл.2.2.

Показники соціальної компетентності залежно від рівня медіаграмотності.

Компоненти соціальної компетентності	Кластер 1 (високий рівень)	Кластер 2 (середній рівень)	Кластер 3 (низький рівень)
Комунікативність	4.8	3.9	2.7
Емпатія	4.6	3.7	2.4
Саморегуляція	4.7	3.5	2.3
Критичність мислення	4.9	3.8	2.5
Відповідальність	4.8	3.6	2.2
Середнє значення	4.76	3.7	2.42

Як видно з таблиці 2.2., рівень соціальної компетентності підвищується зі зростанням рівня медіаграмотності. Це наочно продемонстровано у рис.2.2.

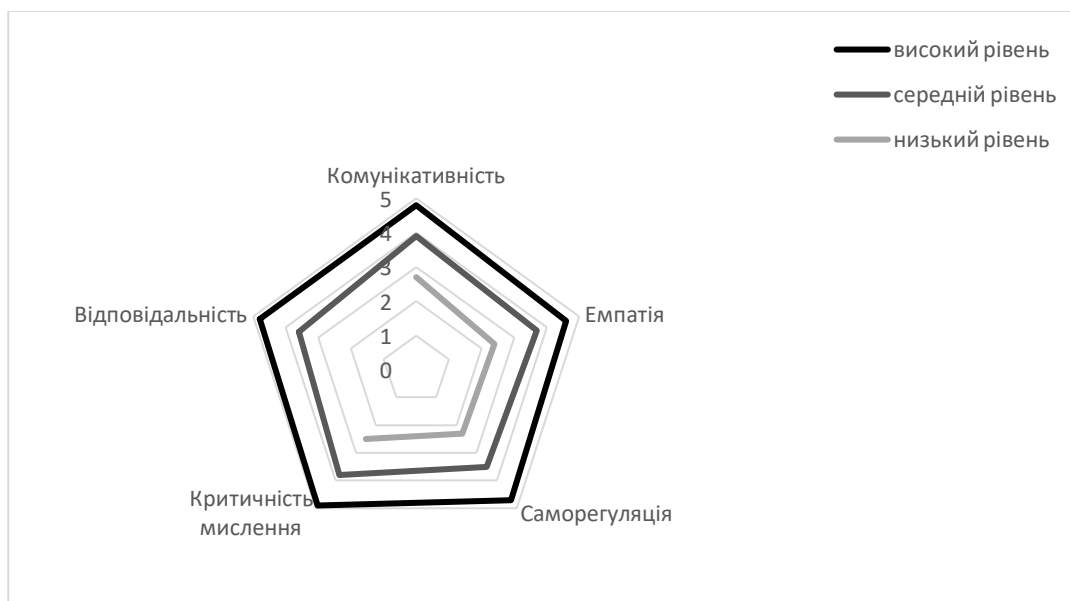


Рис.2.2. Показники соціальної компетентності залежно від рівня медіаграмотності.

Респонденти з високою медіаграмотністю мають найвищі показники за всіма компонентами, особливо за критичністю мислення (4.9) та саморегуляцією (4.7).

Особи з низькою медіаграмотністю демонструють нижчі значення соціальної компетентності (у середньому 2.42 бала), що свідчить про недостатню розвиненість навичок комунікації, емпатії та відповідальної поведінки у медіапросторі.

Для того щоб більш об'єктивно оцінити рівень сформованості критичного мислення як складової медіаграмотності додатково з анкетуванням було проведено тестування студентів.

За результати тесту була отримана можливість визначити індивідуальні показники медіаграмотності за чотирма ключовими компонентами:

- критичне сприйняття інформації;
- орієнтація в джерелах та медіапросторі;
- аналіз та інтерпретація контенту;
- етичне й безпечне використання медіа.

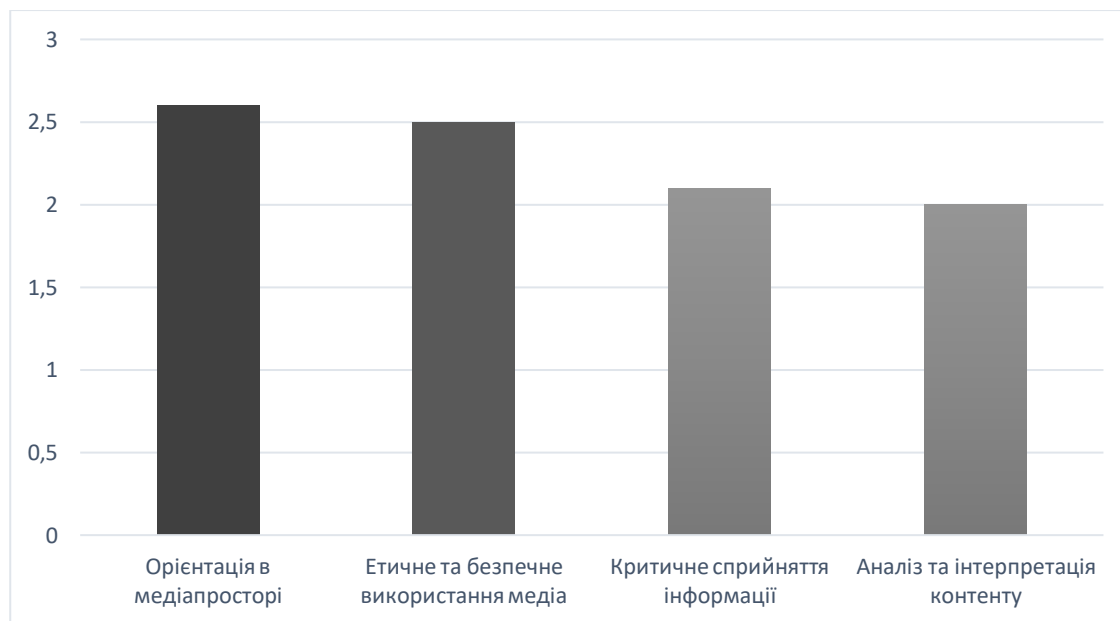
Рівень сформованості компонентів медіаграмотності представлений у таблиці 2.3.

Табл.2.3.

Рівень сформованості компонентів медіаграмотності студентів

Компонент медіаграмотності	Середній бал (за 3-бальною шкалою)	Рівень розвитку
Орієнтація в медіапросторі	2,6	високий
Етичне та безпечне використання медіа	2,5	високий
Критичне сприйняття інформації	2,1	середній
Аналіз та інтерпретація контенту	2	середній

Детальний розподіл представлений у рис у рис. 2.3.

**Рис.2.3.** Рівень сформованості компонентів медіаграмотності студентів

Як бачимо, серед компонентів найбільш розвиненими виявилися орієнтація в медіапросторі та етичне використання медіа, тоді як критичне сприйняття інформації та аналітичні навички потребують подальшого розвитку.

Щоб визначити взаємозв'язок між компонентами соціальної компетентності (емоційно-комунікативний, когнітивний, поведінковий) та рівнем

медіаграмотності було проведено регресійний аналіз. Цей метод дозволяє кількісно оцінити, наскільки зміни у соціальній компетентності пов'язані зі змінами у медіаграмотності, і виявити компоненти, які мають найбільший вплив. Для інтерпретації результатів було використано Коефіцієнт β показує силу впливу компонента на рівень медіаграмотності та рівень статистичної значущості $p < 0,05$. Детальні результати регресійного аналізу представлені у табл. 2.4.

Табл.2.4.

Результати регресійного аналізу

Компонент соціальної компетентності	Коефіцієнт впливу (β)	Рівень значущості (p)
Комунікативна компетентність	0,42	<0,01
Емоційно-вольова компетентність	0,36	<0,05
Соціальна адаптивність	0,22	<0,05
Самооцінка та саморегуляція	0,18	0,07

Найбільший вплив на медіаграмотність має комунікативна компетентність ($\beta = 0,42$, $p < 0,01$), що свідчить про важливість навичок спілкування та обміну інформацією для розвитку медіаграмотності.

Емоційно-вольова компетентність ($\beta = 0,36$, $p < 0,05$) також значуще впливає на медіаграмотність, показуючи, що здатність контролювати емоції та самостійно приймати рішення допомагає ефективно аналізувати медіаінформацію.

Соціальна адаптивність ($\beta = 0,22$, $p < 0,05$) має помірний, але статистично значущий вплив.

Самооцінка та саморегуляція ($\beta = 0,18$, $p = 0,07$) впливають на медіаграмотність слабше і не є статистично значущими на рівні 0,05, проте можуть відігравати додаткову роль у поєднанні з іншими компонентами. Інтерпретація цих результатів подана у рис.2.4.

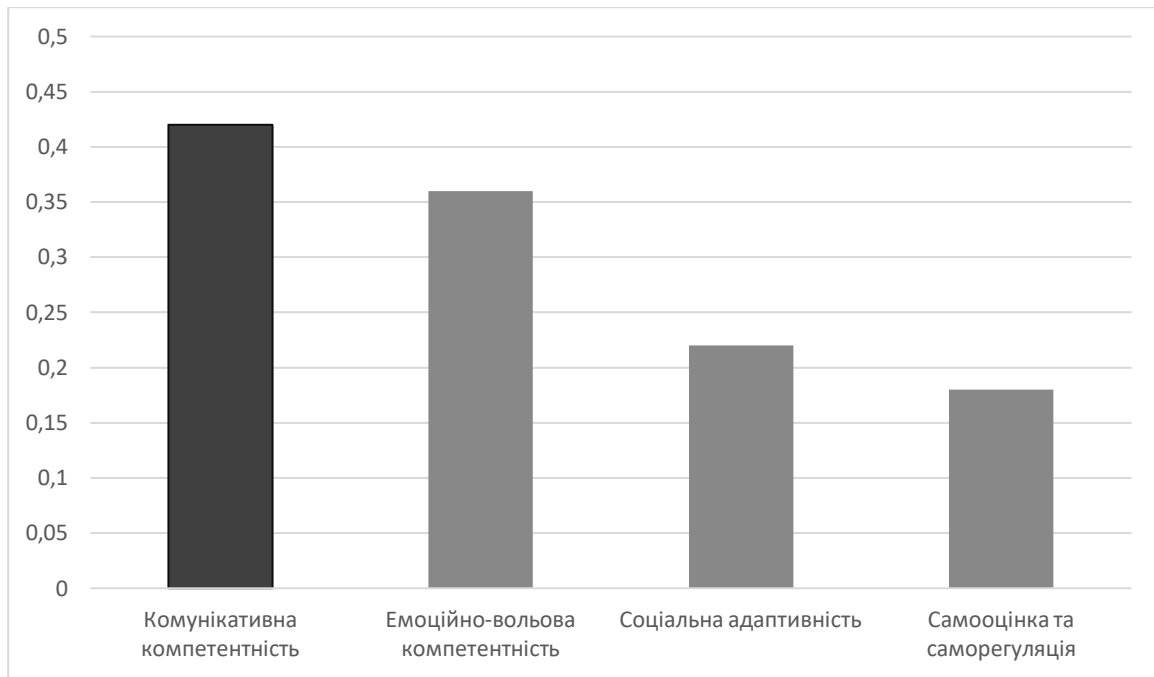


Рис.2.4. Вплив окремих компонентів соціальної компетентності на рівень медіаграмотності.

Регресійний аналіз показав наявність статистично значущого впливу окремих компонентів соціальної компетентності на рівень медіаграмотності, що дозволило визначити ключові компоненти соціальної компетентності, які слід розвивати для підвищення медіаграмотності.

Найбільш ефективним шляхом є розвиток комунікативних та емоційно-вольових навичок, що сприяє кращому критичному сприйняттю та оцінці медіаінформації.

Слабший вплив таких компонентів як самооцінка та саморегуляція вказує на потребу комплексного підходу до формування соціальної компетентності для оптимального розвитку медіаграмотності.

Комунікативна компетентність позитивно впливає на здатність критично оцінювати медіаінформацію.

Емоційно-вольова компетентність асоціюється з більш високим рівнем самостійного аналізу джерел.

Соціальна адаптивність показала слабший, але також значущий вплив на медіаграмотність.

Узагальнюючи можна зробити висновок, що у досліджуваної групи найбільш розвинені компоненти медіаграмотності – орієнтація в медіапросторі та критичне мислення.

Регресійний аналіз підтвердив вплив окремих компонентів соціальної компетентності на медіаграмотність.

Кластерний аналіз дозволив визначити групи респондентів за рівнем соціальної компетентності, що дає змогу планувати цільові освітні заходи для підвищення медіаграмотності.

2.3. Рекомендації щодо підвищення медіаграмотності. Проведене дослідження показало, що більшість студентів мають середній рівень розвитку медіаграмотності та критичного мислення, що вказує на потребу подальшого вдосконалення когнітивного компонента соціальної компетентності. Водночас було виявлено наявність груп із високим рівнем сформованості медіаграмотності, що свідчить про значний потенціал студентської молоді у сфері критичного осмислення медіаконтенту. З огляду на отримані результати постає необхідність розробки системи практичних заходів, спрямованих на підвищення рівня медіаграмотності та формування психологічної стійкості до інформаційних впливів.

Враховуючи сучасні вимоги інформаційного суспільства та результати дослідження, доцільно запропонувати комплекс рекомендацій, які поєднують освітні, психологічні, технологічні та соціально-комунікативні складові.

Сучасний студент є не лише споживачем, а й активним виробником інформації. Тому важливо розвивати навички усвідомленого створення контенту:

- навчання принципам цифрової етики та авторського права;
- розуміння небезпеки поширення недостовірної інформації;
- розвиток відповідальності за власний «цифровий слід»;
- обговорення соціальних наслідків мови ворожнечі, кібербулінгу, дезінформації.

Такий підхід сприяє формуванню не лише критичних споживачів, а й відповідальних учасників інформаційного простору.

Окрім технологічної та когнітивної складових, необхідно враховувати психологічний аспект роботи з інформацією. Доцільно включати:

- рекомендації щодо обмеження надмірного медіаспоживання;
- формування навичок «інформаційних пауз»;
- відстеження власних емоційних реакцій на контент;
- навчання навичкам безпечної взаємодії у соціальних мережах.

Модель медіагігієни дозволяє студентам підтримувати баланс між навчанням, цифровими комунікаціями та особистим життям, запобігаючи інформаційному виснаженню.

Метакогнітивна рефлексія — здатність контролювати та оцінювати власний процес мислення — є ключовим чинником підвищення медіаграмотності:

- усвідомлення власних когнітивних упереджень;
- аналіз причин переконливості певної інформації;
- формування умінь ставити запитання до власних інтерпретацій;
- уповільнення мисленнєвих реакцій під інформаційним тиском.

Сучасна медіаграмотність охоплює психологію, соціологію, інформаційні технології та комунікаційні науки. Рекомендовано:

- залучати фахівців із різних кафедр до інтегрованих занять;
- створювати міждисциплінарні студентські проєкти;
- формувати навчальні модулі, де медіааналіз поєднується з правом, етикою та цифровою безпекою.

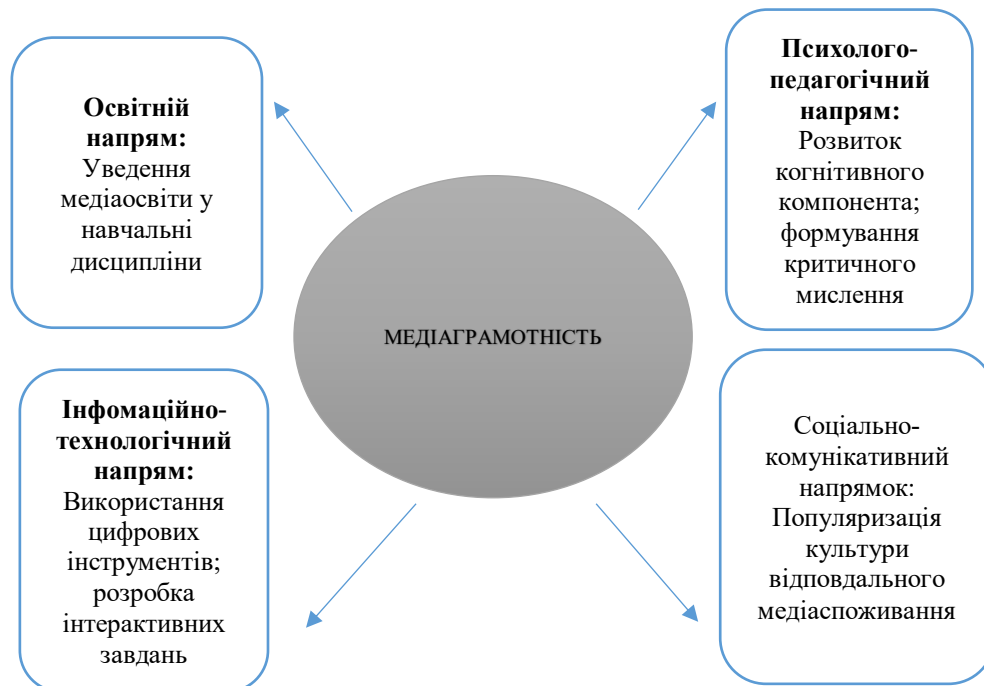
З огляду на вплив емоційного та тривожного контенту, важливо:

- організовувати консультаційні години для обговорення психологічних ефектів медіаконтенту;
- включати інформаційну стійкість до роботи психологічної служби;
- розробляти пам'ятки щодо реагування на фейкові новини;
- навчати ідентифікувати маніпулятивний контент, пов'язаний із емоційним тиском.

Доцільно розширювати практику співпраці з громадськими організаціями:

- організовувати спільні лекції з експертами фактчекінгу;
- залучати студентів до інформаційних кампаній;
- проводити стажування у проєктах з аналізу медіа;
- створювати освітні партнерства для підготовки тренерів із медіаграмотності.

Напрями формування медаграмотності у студентів детальніше подані у рис.2.3.



Враховуючи сучасні вимоги інформаційного суспільства та результати дослідження, доцільно запропонувати комплекс рекомендацій, які поєднують освітні, психологічні, технологічні та соціально-комунікативні складові. Передусім підвищення рівня медіаграмотності потребує інтеграції медіаосвітніх компонентів у навчальний процес закладів вищої освіти. Доцільним є включення спеціальних тем і модулів до дисциплін гуманітарного та соціально-психологічного циклу, що сприятиме системному розумінню студентами природи сучасного медіапростору, його можливостей і загроз. Важливим кроком є також організація тренінгів і практичних занять, орієнтованих на розвиток навичок перевірки достовірності інформації, розпізнавання маніпуляцій та формування умінь аргументовано висловлювати власну позицію.

Окремої уваги заслуговує психологічний аспект розвитку медіаграмотності. У цьому контексті доцільним є формування у студентів когнітивної гнучкості,

здатності до саморефлексії та усвідомленого аналізу власного сприйняття медіаповідомлень. Важливим напрямом є розвиток умінь емоційної саморегуляції, оскільки значна частина інформаційного впливу ґрунтується на використанні емоційних тригерів. Застосування інтерактивних методів навчання - дебати, аналіз кейсів, рольові ігри, що дозволяє створити умови для практичного відпрацювання навичок критичного аналізу інформації у безпечному навчальному середовищі.

Підвищення рівня медіаграмотності неможливе без використання цифрових технологій та інструментів фактчекінгу. Важливо ознайомлювати студентів із сучасними платформами перевірки інформації, навчати користуватися надійними ресурсами та формувати вміння працювати з альтернативними джерелами. Доцільним є залучення студентів до створення власних медіапроектів (блогів, подкастів, освітніх ініціатив), що забезпечує практичне застосування знань і сприяє усвідомленню відповідальності за створюваний контент.

Не менш значущим є соціально-комунікативний вимір розвитку медіаграмотності. Важливо створювати дискусійні клуби, групи колективного аналізу новин, підтримувати студентські ініціативи, спрямовані на популяризацію культури відповідального медіаспоживання. Такі форми взаємодії формують у студентів вміння вести аргументований діалог, обґрунтовувати власну позицію та поважати альтернативні точки зору. Більш детально розкрито напрями підвищення рівня медіаграмотності студентів закладів вищої освіти у таблиці 2.3.

Табл.2.3.

Рекомендовані напрями підвищення рівня медіаграмотності студентів
закладів вищої освіти

Напря́м	Основні заходи	Очікувані результати
1. Освітньо-просвітницький	Інтеграція елементів медіаосвіти у навчальні дисципліни	Формування системного уявлення про

	гуманітарного та соціального циклу Проведення тренінгів і воркшопів із медіаграмотності: верифікація джерел, аналіз фейків, виявлення маніпуляцій. Створення факультативних курсів і онлайн-модулів: <i>«Як мислити критично у цифрову добу»</i>, <i>«Як перевіряти інформацію»</i>.	процеси створення, поширення та сприйняття медіаінформації; розвиток практичних умінь критичного аналізу контенту.
2. Психолого-педагогічний	Використання інтерактивних методів: дебати, рольові ігри, аналіз кейсів, метод “шести капелюхів мислення”. Розвиток когнітивного компонента соціальної компетентності через навчальні вправи та групові дискусії. Підготовка викладачів до впровадження медіаосвітніх технологій та формування інформаційної безпеки.	Розвиток критичного мислення, емоційної саморегуляції, аргументованого висловлення позиції; підвищення готовності викладачів до формування медіаграмотності студентів.
3. Інформаційно-технологічний	Розробка інтерактивних медіаквестів і завдань з аналізу контенту.	Розвиток цифрової грамотності, навичок перевірки достовірності

	Створення студентських медіапроектів.	інформації, формування відповідальної поведінки у цифровому середовищі.
4. Соціально-комунікативний	Проведення акцій, флешмобів, інформаційних днів медіаграмотності. Підтримка волонтерських ініціатив, спрямованих на розвиток критичного мислення серед молоді.	Популяризація культури відповідального медіаспоживання; розвиток навичок асертивної комунікації та взаємоповаги у публічному дискурсі.
5. Когнітивно-психологічний підхід	Проведення тренінгів розвитку критичного мислення та когнітивної гнучкості. Використання технік когнітивної реструктуризації для подолання упереджень та стереотипів у сприйнятті інформації.	Підвищення усвідомленості мислення; розвиток аналітичного підходу до інформації.
6. Емоційно-регулятивний підхід	Тренінги з управління емоціями під час сприйняття інформації. Використання технік емоційної саморегуляції (майндфулнес, дихальні вправи).	Зміцнення емоційної стійкості; формування навичок

	Навчання розпізнаванню психологічних тригерів у рекламі та пропаганді.	усвідомленого реагування на медіастимули; зменшення рівня інформаційного стресу.
7. Соціально-психологічний підхід	Використання групової дискусії як способу критичної перевірки інформації. Вивчення феноменів соціального впливу (конформізм, авторитет, ефект більшості) і способів їх подолання. Формування навичок асертивної комунікації в онлайн-просторі.	Підвищення рівня соціальної компетентності; розвиток навичок аргументованої комунікації та самостійного прийняття інформаційних рішень.
8. Психотерапевтичний і профілактичний напрям	Психопрофілактика інформаційного перевантаження та медіазалежності. Розвиток навичок цифрового благополуччя — баланс між навчанням, медіаспоживанням і відпочинком. Використання арт-терапевтичних технік (аналіз рекламних образів, створення контр-меседжів).	Збереження психологічного здоров'я; розвиток навичок саморегуляції медіакористування; підвищення рівня усвідомленого споживання інформації.

Таким чином, представлені напрями відображають комплексний підхід до формування медіаграмотності студентів, який поєднує освітні, психологічні,

технологічні та соціально-комунікативні складові. Реалізація цих рекомендацій сприятиме розвитку критичного мислення, емоційної стійкості та здатності молоді ефективно функціонувати у сучасному інформаційному просторі.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме не лише формуванню високого рівня медіаосвіченості студентів, але й розвитку критичного мислення, емоційної стійкості та соціальної компетентності, необхідних для ефективної адаптації особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства, адже на часі дуже важливим є не лише «навчити студентів перевіряти інформацію», а й показати, як працює психіка у медіапросторі і як можна розвивати психологічну стійкість до маніпуляцій.

Висновки до розділу 2.

Проведене емпіричне дослідження дозволило всебічно проаналізувати медіаграмотність як важливий чинник формування соціальної компетентності особистості студентської молоді. Використані психодіагностичні методики — авторський опитувальник «Рівень медіаграмотності особистості» та тест «Медіаграмотність і критичне мислення» (Задільська Л. Р., 2022 р.) — дали змогу визначити особливості когнітивного, емоційно-регулятивного та поведінкового компонентів медіаграмотності, а також простежити їхній взаємозв'язок із соціально-психологічними характеристиками досліджуваних.

Важливо підкреслити, що розвиток медіаграмотності є не одноразовим заходом, а тривалим процесом, який потребує системної підтримки з боку освітнього середовища, викладачів, студентської спільноти та інституційних структур університету. На основі проведеного дослідження доцільно розширити запропоновані підходи новими напрямками, які враховують сучасні тенденції цифрового суспільства та психологічні чинники сприйняття інформації.

Аналіз отриманих результатів показав, що більшість студентів мають середній рівень сформованості медіаграмотності, який виявляється у частковому володінні навичками перевірки достовірності інформації, недостатньо розвинених уміннях критичного осмислення медіаконтенту та помірній емоційній стійкості при взаємодії з інформаційним середовищем. Разом із тим, виявлено групу студентів

із високим рівнем медіаграмотності, для яких притаманні вищі показники соціальної активності, комунікативної впевненості та саморегуляції у міжособистісній взаємодії.

За допомогою регресійного аналізу встановлено, що медіаграмотність є чинником розвитку соціальної компетентності, зокрема її когнітивного та емоційно-регулятивного компонентів. Це підтверджує взаємозалежність умінь критично мислити, оцінювати інформацію та здатності до конструктивної соціальної взаємодії.

Проведений кластерний аналіз дозволив виокремити три групи студентів — з високим, середнім та низьким рівнем медіаграмотності. Порівняльний аналіз показав, що у групі з високим рівнем медіаграмотності спостерігається значно вищий рівень сформованості соціальної компетентності, особливо її когнітивного та комунікативного компонентів. Такі студенти демонструють розвинені навички критичного мислення, вміння аргументовано висловлювати позицію, виявляють толерантність та емоційну врівноваженість у соціальній взаємодії.

Учасники із середнім рівнем медіаграмотності характеризуються частковим розвитком цих якостей, схильні до епізодичного використання критичного аналізу, але іноді піддаються впливу емоційних та інформаційних маніпуляцій.

Найнижчі показники соціальної компетентності зафіксовано у студентів з низьким рівнем медіаграмотності — для них притаманні труднощі в оцінюванні достовірності інформації, підвищена емоційна реактивність, недостатня когнітивна гнучкість і комунікативна пасивність.

Таким чином, результати кластерного аналізу підтверджують, що рівень медіаграмотності безпосередньо пов'язаний із рівнем сформованості соціальної компетентності особистості, що підкреслює психологічну значущість медіаосвітніх практик у професійному становленні студентів.

Отримані результати підтвердили, що медіаграмотність виступає не лише когнітивним, а й особистісно-психологічним ресурсом, який забезпечує ефективну адаптацію індивіда в інформаційному просторі, формує відповідальне

ставлення до інформаційного вибору та сприяє розвитку соціально-психологічної зрілості.

На основі проведеного аналізу були розроблені рекомендації щодо підвищення рівня медіаграмотності студентів, що охоплюють освітньо-просвітницький, психолого-педагогічний, інформаційно-технологічний, соціально-комунікативний, когнітивно-психологічний, емоційно-регулятивний, соціально-психологічний і психотерапевтичний напрями. Їх реалізація сприятиме розвитку критичного мислення, емоційної зрілості, саморефлексії, а також гармонізації інформаційного й соціального функціонування особистості у сучасному медіапросторі.

Таким чином, результати емпіричного етапу дослідження підтверджують ключову роль медіаграмотності у становленні соціальної компетентності майбутніх фахівців, що дозволяє розглядати її як один із базових чинників психологічного благополуччя та ефективної соціальної взаємодії в умовах інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНА ПРОГРАМА РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ЧИННИКА СОЦІАЛЬНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

3.1. Опис практико-орієнтованої програми розвитку медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості

Сучасне інформаційне суспільство формує нові виклики для особистості, особливо для майбутніх фахівців, зокрема психологів. Вони щоденно взаємодіють із великими обсягами інформації, виконують роль посередників між медіареальністю та внутрішнім світом людини, тож мають володіти високим рівнем медіаграмотності як професійно важливою якістю.

Розвиток медіаграмотності сприяє формуванню соціальної компетентності, адже саме через усвідомлене ставлення до інформації, уміння аналізувати її вплив, розпізнавати маніпуляції та регулювати власні емоційні реакції людина набуває здатності до ефективної, відповідальної взаємодії у соціумі.

З огляду на результати теоретичного та емпіричного аналізу, представлені у попередніх розділах, було розроблено практико-орієнтовану програму розвитку медіаграмотності студентів-психологів, яка має на меті інтеграцію знань, навичок і цінностей у єдину систему професійної компетентності.

Програма поєднує когнітивний, емоційно-регулятивний та соціально-комунікативний аспекти особистісного розвитку, забезпечуючи гармонійне поєднання теоретичного засвоєння інформації та практичного її застосування.

Програма базується на положеннях сучасної медіапсихології та концепції соціального навчання, згідно з якими активне осмислення інформаційного середовища сприяє розвитку соціально значущих якостей — емпатії, відповідальності, толерантності, саморефлексії [42].

Мета програми: сприяти розвитку медіаграмотності як важливого психологічного чинника соціальної компетентності студентів-психологів, формуючи навички критичного мислення, рефлексії, комунікативної толерантності та емоційної саморегуляції.

Основні завдання програми:

1. Ознайомити студентів із психологічними аспектами впливу медіа на свідомість і поведінку людини.
2. Розвивати критичне мислення та навички усвідомленого сприймання медіаконтенту.
3. Формувати вміння розпізнавати фейки, пропаганду та маніпуляції в інформаційному просторі.
4. Підвищувати рівень емоційної стабільності та саморегуляції при взаємодії з інформаційними потоками.
5. Розвивати соціальну активність, емпатію, комунікативну толерантність і професійну відповідальність у медіасередовищі.

Принципи проведення:

- Науковість і доказовість — усі матеріали базуються на перевірених психологічних і медіаосвітніх концепціях.
- Активність і залученість учасників — навчання через взаємодію, дискусію, аналіз кейсів.
- Практична спрямованість — кожне заняття має рефлексивне завдання, спрямоване на розвиток реальних навичок медіааналізу.
- Етичність і толерантність — усі приклади розглядаються з позицій поваги до різних думок і культур.
- Системність і послідовність — від теоретичного ознайомлення до застосування у професійній діяльності.

Форма організації діяльності.

- семінарсько-тренінгові заняття (групова робота 10–15 осіб);
- інтерактивні дискусії, медіакейс-аналізи;
- індивідуальні рефлексивні завдання;
- робота в онлайн-платформах для збору ідей та самооцінювання.

Методи і засоби роботи:

- **методи:** рольові ігри, мозковий штурм, контент-аналіз, аналіз медіатекстів, групові дискусії, тренінгові вправи, рефлексивні щоденники;
- **засоби:** мультимедійні презентації, відеофрагменти з новин, соціальної реклами, онлайн-ресурси для перевірки фактів, інтерактивні платформи.

Вимоги до проведення занять:

- психологічна безпечність і довірна атмосфера в групі;
- добровільна участь студентів у вправах;
- уникнення нав'язування політичних або релігійних оцінок;
- дотримання авторських прав під час використання медіаматеріалів;
- підбиття підсумків кожного заняття через коротку рефлексію.

Структура та етапи програми.

Програма складається з трьох тематичних модулів, які детальніше описані у табл.3.1.

Табл.3.1.

Структура програми

Модуль	Назва	Основний зміст	Очікуваний результат
1	Медіа та свідомість	Види медіа, психологічний вплив, інформаційне перевантаження	Усвідомлення ролі медіа у формуванні уявлень і цінностей
2	Критичне мислення і саморефлексія	Фейки, маніпуляції, когнітивні викривлення	Формування здатності до перевірки інформації, саморефлексії

3	Етика медіакомунікації	Соціальна відповідальність, медіаетика, емпатія	Розвиток соціально відповідальної поведінки у цифровому просторі
---	-----------------------------------	---	---

Зміст програми реалізується поетапно, що забезпечує системність і поступовість формування медіаграмотності. Етапи програми зазначені у табл.3.2.

Табл.3.2.

Етапи реалізації програми

Етап програми	Зміст і форми роботи	Очікувані результати
1. Мотиваційно-орієнтаційний	Ознайомлення студентів із поняттями медіаграмотності, соціальної компетентності, психологічними аспектами впливу медіа. Форми роботи: лекції-дискусії, мозкові штурми.	Усвідомлення актуальності розвитку медіаграмотності, формування мотивації до участі у програмі.
2. Когнітивно-аналітичний	Аналіз медіаповідомлень, виявлення фейків і маніпуляцій, обговорення соціальних кейсів, створення мініпроектів.	Розвиток критичного мислення, навичок інформаційного аналізу.
3. Емоційно-регулятивний	Тренінги з емоційної саморегуляції, вправи з медіадетоксикації, техніки усвідомленості (mindfulness).	Зниження емоційної вразливості до негативного контенту, підвищення психологічної стійкості.

4. Комунікативно- рефлексивний	Дискусії, рольові ігри, модельовання медіаситуацій, створення соціальної реклами.	Розвиток емпатії, комунікативної толерантності, навичок конструктивного діалогу.
5. Підсумково- оцінювальний	Самооцінка та групове обговорення результатів, заповнення анкет рефлексії.	Усвідомлення особистісних змін, формування стратегії подальшого саморозвитку.

Відповідно до програми створено практико-орієнтовану модель розвитку медіаграмотності, що зазначено у рис.3.1.

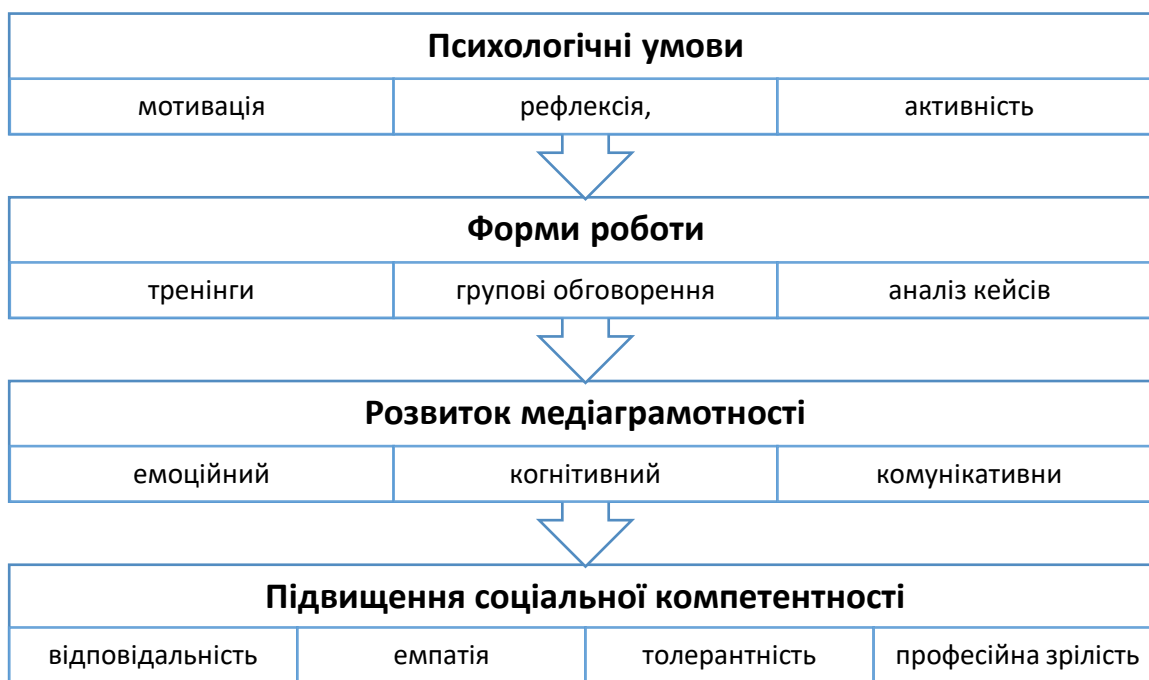


Рис.3.1.Модель практико-орієнтованої програми розвитку медіаграмотності студентів-психологів

Практико-орієнтована програма розвитку медіаграмотності студентів-психологів спрямована на гармонійний розвиток когнітивних, емоційно-регулятивних і соціально-комунікативних аспектів особистості.

Її реалізація створює сприятливі умови для формування професійно значущих якостей — критичного мислення, емоційної стабільності, комунікативної толерантності, відповідального ставлення до інформаційних процесів.

Таким чином, медіаграмотність постає як ключовий чинник розвитку соціальної компетентності майбутнього психолога.

3.2. Перевірка ефективності практико-орієнтованої програми розвитку медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості

Оцінювання ефективності розробленої програми розвитку медіаграмотності здійснено на основі прогностичного аналізу, що дозволяє теоретично змодельовати очікувані психологічні зміни у структурі медіаграмотності та соціальної компетентності студентів-психологів.

Вибір саме цієї категорії респондентів зумовлений тим, що майбутні психологи активно взаємодіють із медіапростором як засобом професійного та особистісного саморозвитку, а також мають підвищену відповідальність за формування свідомого ставлення до інформаційних процесів у суспільстві.

Психологічне підґрунтя прогнозу.

Попередній теоретичний і емпіричний аналіз засвідчив, що рівень медіаграмотності тісно пов'язаний із когнітивними, емоційними та соціально-комунікативними характеристиками особистості.

Студенти-психологи, як майбутні фахівці з роботи з людьми, потребують розвиненої критичності мислення, емпатії, рефлексивності та емоційної стабільності — як ключових показників соціальної компетентності.

Розроблена програма передбачає розвиток саме цих психологічних якостей, а отже, її ефективність може бути теоретично підтверджена через взаємозв'язок між компонентами медіаграмотності та соціальної компетентності.

Очікувані напрями позитивних змін.

Когнітивний рівень - очікується зростання здатності студентів-психологів до критичного осмислення медіаінформації, підвищення рівня аналізу, порівняння та оцінювання достовірності повідомлень. Це сприятиме розвитку професійного мислення, зокрема вмінню відрізняти факти від інтерпретацій і зберігати об'єктивність у професійній діяльності.

Емоційно-регулятивний рівень - передбачається зниження емоційної вразливості до маніпулятивних або травматичних медіаповідомлень, формування навичок саморегуляції та стресостійкості в інформаційно насиченому середовищі. Для студентів-психологів це має особливе значення, оскільки емоційна стабільність є базовою умовою ефективної консультативної й комунікативної діяльності.

Соціально-комунікативний рівень - очікується розвиток соціальної відповідальності, емпатійності та готовності до конструктивного діалогу, зокрема в онлайн-середовищі. Медіаграмотність у цьому контексті постає не лише як когнітивна здатність, а як соціально-психологічна якість, що забезпечує толерантність, відкритість і гуманістичну позицію психолога у взаємодії з іншими.

Прогностична модель ефективності програми.

На основі проведеного аналізу можна змодельовати, що реалізація програми сприятиме:

- підвищенню рівня усвідомленого сприйняття інформації;
- розвитку рефлексивного мислення як складової професійної самосвідомості;
- формуванню етичної культури медіаспоживання;
- зростанню рівня соціальної компетентності за рахунок удосконалення міжособистісних комунікативних умінь.

Очікується, що після впровадження програми студенти-психологи зможуть демонструвати вищу здатність до критичного аналізу медіаконтенту, зважених

суджень, конструктивного спілкування та професійної відповідальності в інформаційному середовищі.

Прогностичний аналіз дозволяє стверджувати, що запропонована програма потенційно є ефективним засобом розвитку медіаграмотності студентів-психологів і, відповідно, їхньої соціальної компетентності.

Очікувані результати її реалізації охоплюють покращення когнітивних, емоційно-регулятивних і соціально-поведінкових показників, що формують психологічну готовність до професійної взаємодії в умовах інформаційного суспільства.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на емпіричну перевірку ефективності програми, що дозволить кількісно підтвердити її вплив на розвиток медіаграмотності й соціальної компетентності майбутніх психологів.

Висновки до розділу 3.

Практико-орієнтована програма розвитку медіаграмотності є ефективним психологічним засобом формування соціальної компетентності студентів-психологів, оскільки забезпечує інтеграцію знань про механізми впливу медіа з практичними навичками критичного мислення, рефлексії та соціальної взаємодії.

Програма побудована на положеннях медіапсихології Л. Найдьонова, Н. Череповська, когнітивно-біхевіорального підходу та соціального навчання, що дозволяє поєднати процеси пізнання, емоційної регуляції й соціальної активності в умовах інформаційного середовища.

Її структура та етапи реалізації забезпечують системність формування медіаграмотності: від діагностики вихідного рівня знань і мотивації — до формування критичного мислення, етичного ставлення до інформації та розвитку соціально значущих якостей особистості.

Використання інтерактивних, тренінгових і рефлексивних методів роботи сприяє активізації пізнавальної діяльності студентів, формуванню в них емпатії, толерантності, саморегуляції та вміння усвідомлено будувати комунікацію у медіапросторі.

Розроблена програма може бути адаптована для підготовки фахівців інших спеціальностей гуманітарного профілю, оскільки її зміст ґрунтується на універсальних психологічних принципах розвитку критичного мислення, інформаційної культури та соціальної відповідальності.

Реалізація програми сприяє підвищенню рівня медіакультури та соціальної компетентності майбутніх психологів, що є важливою передумовою їхньої професійної готовності до роботи в інформаційно насиченому суспільстві.

ВИСНОВКИ

Метою магістерського дослідження було науково обґрунтувати та проаналізувати психологічні чинники, що визначають формування медіаграмотності як складової соціальної компетентності особистості в умовах цифрового суспільства. Виходячи з поставлених завдань, у роботі було проведено теоретичний аналіз сучасних підходів до розуміння феноменів медіаграмотності та соціальної компетентності, виявлено їх структурні компоненти та визначено взаємозв'язок між цими психологічними утвореннями. Результати дослідження підтвердили висунуту гіпотезу про те, що розвиток медіаграмотності як складової соціальної компетентності особистості залежить від рівня сформованості її когнітивних, емоційно-вольових і комунікативних якостей.

У першому розділі розкрито сутність поняття медіаграмотність у контексті сучасної психологічної науки. Зазначено, що медіаграмотність розглядається як інтегративна характеристика особистості, яка поєднує когнітивні, емоційно-регулятивні та поведінкові компоненти і забезпечує здатність критично сприймати, аналізувати й інтерпретувати інформацію з різних джерел. У роботі узагальнено підходи вітчизняних і зарубіжних учених до проблеми формування медіаграмотності в умовах інформаційного суспільства, окреслено її значення для розвитку самосвідомості, критичного мислення та психологічної безпеки особистості.

Розглянуто поняття соціальної компетентності як здатності ефективно взаємодіяти з іншими, приймати відповідальні рішення та діяти конструктивно у соціальних ситуаціях. Соціальна компетентність визначається як поєднання знань, навичок, установок і цінностей, які забезпечують адаптацію особистості у соціальному середовищі. Визначено основні її складові: когнітивну, емоційно-регулятивну, комунікативну та поведінкову.

З психологічної точки зору, медіаграмотність виступає проявом зрілості когнітивних процесів, розвитку критичного мислення, рефлексії, саморегуляції та емоційної стійкості.

Соціальна компетентність, у свою чергу, розглядається як здатність ефективно взаємодіяти в соціальному середовищі, зберігаючи психологічну рівновагу, толерантність і відповідальність. Її структура охоплює когнітивний, емоційний, мотиваційно-ціннісний і поведінковий компоненти, що забезпечують конструктивну міжособистісну взаємодію.

Узагальнення наукових джерел дало підстави стверджувати, що медіаграмотність є важливим психологічним чинником розвитку соціальної компетентності, оскільки сприяє формуванню критичного мислення, здатності розпізнавати маніпуляції, приймати обґрунтовані рішення, усвідомлено комунікувати та не піддаватися інформаційному тиску.

У другому розділі представлено емпіричне дослідження медіаграмотності як чинника соціальної компетентності особистості. На основі використання таких методів, як анкетування (авторський опитувальник «Рівень медіаграмотності особистості»), тестування («Медіаграмотність і критичне мислення» Задільської Л. Р., 2022 р.), а також регресійного та кластерного аналізів, було визначено особливості рівнів медіаграмотності у студентської молоді та виявлено закономірності їх зв'язку з компонентами соціальної компетентності.

Результати показали, що у студентів з високим рівнем медіаграмотності спостерігаються більш розвинені когнітивні та комунікативні аспекти соціальної компетентності: здатність аналізувати інформацію, аргументовано висловлювати позицію, розпізнавати фейки й маніпуляції, контролювати емоційні реакції.

Студенти із середнім рівнем медіаграмотності виявляють часткове розуміння механізмів функціонування медіа, проте демонструють недостатню стійкість до емоційних тригерів і брак навичок фактчекінгу. Низький рівень медіаграмотності пов'язаний із підвищеною довірливістю, труднощами у розпізнаванні пропаганди, низькою когнітивною гнучкістю та недостатнім розвитком емоційної саморегуляції.

Проведений регресійний аналіз підтвердив наявність статистично значущого впливу медіаграмотності на рівень сформованості соціальної компетентності, зокрема її когнітивного та емоційно-регулятивного компонентів. Це свідчить про

те, що розвиток медіаграмотності може розглядатися як психологічний ресурс удосконалення соціальної компетентності.

Крім того, результати кластерного аналізу засвідчили наявність якісних відмінностей у показниках соціальної компетентності між групами студентів із різним рівнем медіаграмотності. Високий рівень медіаграмотності супроводжується сформованістю навичок критичного осмислення, емпатійної комунікації, соціальної відповідальності та емоційної стабільності, тоді як низький рівень — асоціюється з інформаційною залежністю, неусталеними соціальними установками та зниженою рефлексією.

Отримані дані дозволяють зробити висновок, що медіаграмотність виступає не лише чинником, а й показником розвитку соціальної компетентності, визначаючи здатність особистості до конструктивної взаємодії у цифровому середовищі. На основі узагальнення отриманих результатів розроблено практичні рекомендації щодо підвищення рівня медіаграмотності студентів, які охоплюють різні психолого-педагогічні напрями — освітньо-просвітницький, інформаційно-технологічний, соціально-комунікативний, когнітивно-психологічний, емоційно-регулятивний та психотерапевтичний.

Підсумовуючи результати практико-орієнтованої програми, можна зробити висновок, що медіаграмотність виступає важливим чинником розвитку соціальної компетентності особистості. Запропонована програма доводить можливість цілеспрямованого формування медіаграмотності засобами психологічної освіти, що підвищує готовність майбутніх фахівців до ефективної взаємодії у сучасному інформаційному суспільстві.

Запропоновані заходи спрямовані на розвиток критичного мислення, когнітивної гнучкості, емоційної саморегуляції, формування навичок відповідального інформаційного вибору та підвищення психологічної безпеки особистості у цифровому середовищі.

Узагальнюючи результати теоретичного й емпіричного аналізу, можна стверджувати, що:

1. Медіаграмотність є психологічним чинником, який суттєво впливає на формування соціальної компетентності, визначаючи її якість, стабільність та ефективність прояву у соціальних взаємодіях.
2. Розвиток медіаграмотності сприяє становленню критичного мислення, емпатії, толерантності, етичної позиції та конструктивної поведінки в інформаційному середовищі.
3. Сформована соціальна компетентність, у свою чергу, підсилює здатність до усвідомленого сприйняття медіаінформації та забезпечує стійкість до деструктивних інформаційних впливів.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні особливостей розвитку медіаграмотності в різних вікових і професійних групах, розробці психокорекційних програм із підвищення інформаційної стійкості, а також у дослідженні ролі емоційного інтелекту та когнітивних стилів у сприйнятті медіаінформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія української преси. URL: <https://www.aup.com.ua/> (дата звернення: 15.10.2025).
2. Баранівська М., Поліковська Ю. Медіатравма, освітні втрати, III. Чому медіаграмотність має бути базовою навичкою. Детектор медіа. Media Sapiens. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/37177/2025-01-10-mediatravma-osvitni-vtraty-shi-chomumediagramotnist-maie-buty-bazovoyu-navuchkoju/> (дата звернення: 20.10.2025).
3. Бойченко М. І. Завдання філософії освіти в Україні у світлі теорії поколінь. Філософія освіти. 2020. Т. 25, № 2. С. 8–34. URL: <https://doi.org/10.31874/2309-1606-2019-25-2-1> (дата звернення: 17.10.2025).
4. Борець Ю. В. Соціальна компетентність як інтегральна характеристика розвитку особистості. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2017. №1. С.29-38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipp_2017_1_6 (дата звернення 20.10.2025)
5. Байдарова О., Шкуро В. Компетентність дітей з безпеки в інтернеті як чинник протидії ризикам сексуального насильства. Київський національний університет ім.Т.Шевченка. Соціальна робота. 2023. № 9. С. 5–10. URL: <https://doi.org/10.17721/2616-7786.2023/9-1/1> (дата звернення: 17.10.2025).
6. Бех І. Д. Вибрані наукові праці. Виховання особистості. Т.2. Чернівці: Букрек, 2015. 640 с. URL: <https://shorturl.at/eTS0v> (дата звернення: 17.10.2025).
7. Березіна І. В. Медіаграмотність як засіб духовно-інтелектуального розвитку учнів. Spiritual and intellectual upbringing and teaching youth in the xxi century. 2023. С. 388–390. URL: <https://doi.org/10.58962/2708-4809.wsnos.2023.71> (дата звернення: 17.10.2025).
8. Биков В. Ю. Цифрова трансформація суспільства і розвиток комп'ютерно-технологічної платформи освіти і науки України. Педагогіка і психологія.

2019. № 2 (103). С. 15–21. URL: <https://shorturl.at/xgjSm> (дата звернення 17.10.2025)
9. Висовень К.О. Вплив масмедіа на формування ціннісних орієнтацій молоді. Масмедіа як психологічний феномен: зб. доп. наук.-практ. конф. / упоряд. І. Белінська, Ю.Гаврилець, В. Різун. Київ, 2024. С.59-61 URL: <https://shorturl.at/wnHdY> (Дата звернення 20.10.2025)
 10. Вплив штучного інтелекту на розвиток медіаграмотності : звіт. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/shi-zvit.pdf> (дата звернення: 16.10.2025).
 11. Вознюк О. Стратегії формування критичного мислення в контексті медіаосвіти. Нові технології навчання. 2023. №97. DOI: <https://doi.org/10.52256/2710-3560.97.2023.97.01> (дата звернення 18.10.2025)
 12. Жмурко О., Понеділок. І. Розвиток критичного мислення та медіаграмотності як основи формування культури безпеки майбутніх фахівців з цифрових технологій. ПедБез, вип. 10, вип. 1, с. 49–55, 2025. DOI: <https://doi.org/10.31649/2524-1079-2025-10-1-049-055> (дата звернення 20.10.2025)
 13. Іванова Л. О. Соціальна компетентність особистості: сутність, структура та шляхи формування. Психологія і суспільство. 2021. №2. С. 89–96. DOI: <https://doi.org/10.35774/pis2021.02> (дата звернення 20.10.2025).
 14. Іванчук М. Г. Медіаграмотність як чинник розвитку соціальної компетентності студентів. Молодь і ринок. 2022. №6. С. 50–54. DOI: <https://doi.org/10.24919/2617-0825.6/204.2022> (дата звернення 20.10.2025).
 15. Індекс медіаграмотності українців: 2020-2024 : аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження. URL: <https://detector.media/doc/images/news/archive/2021/240621/2024-mli-ukr-full.pdf> (дата звернення: 30.05.2025).
 16. Коркос Я. Медіаграмотність студентів закладів вищої освіти. Перспективи та інновації науки. 2024. № 1(35). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-1\(35\)-570-577](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-1(35)-570-577) (дата звернення: 17.10.2025).

- 17.Кобець В.О. Вплив цифрових медіа на розвиток емоційного інтелекту дітей: психологічні ризики та можливості. Масмедіа як психологічний феномен: зб. доп. наук.-практ. конф. / упоряд. І. Белінська, Ю.Гаврилець, В. Різун. Київ, 2024. С.31-32.
- 18.Кириченко В. В. Психологічні аспекти безпеки особистості в умовах інформаційної війни. Психологія свідомості: теорія і практика наукових досліджень. 2022. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-286-2-11> (дата звернення: 27.10.2025).
- 19.Кирчата І. М. Особистісно-орієнтована стратегія формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача. Інновації та інтеграція цифрових трендів освітянського простору в економіку знань. 2023. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-332-6-23> (дата звернення: 20.10.2025).
- 20.Крутий К. Л. Медіаграмотність у педагогічній практиці: проблеми та перспективи. Педагогічні науки. 2020. №2. С. 99–106. URL: <https://surl.li/tqotvb> (дата звернення 20.10.2025)
- 21.Концепція формування ключових компетентностей у школі. Київ: МОН 2016. – 40 с. –URL: <https://surli.cc/vlebsf> (дата звернення 21.10.2025)
- 22.Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) за ред. Л. А. Найдьоновой, М. М. Слюсаревського. Київ: Інститут соціальної та політичної психології НАПН України 2016. 20с. URL: <https://surl.li/gyzrde>
- 23.Лукацька Я. С. Аналіз поняття «соціальна компетентність особистості» в українських та зарубіжних наукових працях. Університет імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. – 2021. – №1 (21).URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/5031> (дата звернення 16.10.2025)
- 24.Лабенко О., Шакур Н., Заїка Т. Критичне мислення та медіаграмотність у цифрову епоху: виклики та можливості для української освіти. Перспективи та інновації науки. 2023. № 12(30). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-12\(30\)-331-345](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2023-12(30)-331-345) (дата звернення: 20.10.2025).

25. Лефтеров В. О. Психологічні особливості впливу цифрового середовища на особистість. Психологія життєвого простору особистості в сучасних умовах кризи, глобалізації та цифрової трансформації суспільного життя. 2023. URL: <https://doi.org/10.32837/11300.26409> (дата звернення: 23.10.2025).
26. Мельник І. В. Соціальна компетентність як фактор успішної соціалізації особистості. Психологія особистості. 2020. №1. С. 73–79. DOI: <https://doi.org/10.33989/2226-4078.2020.1> (дата звернення 19.10.2025)
27. Медіапсихологія і медіаосвіта. Відділ психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. URL: <http://mediaosvita.org.ua> (дата звернення: 30.05.2025).
28. Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр». URL: <https://filter.mcsc.gov.ua/> (дата звернення: 20.10.2025).
29. Національний тест з медіаграмотності. Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр». URL: <https://filter.mcsc.gov.ua/projects/natsionalnyy-test-zmediahramotnosti/> (дата звернення: 19.10.2025).
30. Найдьонова Л. А. Медіатравма і посттравмівні стреси: система гіпотез і результати дослідження. Медіаторчість в часи війни: протистояння медіатравмі, м. Київ, Україна, 19 черв. – 23 серп. 2023 р. Київ, 2023. URL: <https://doi.org/10.59416/qzgg1091> (дата звернення: 20.10.2025)
31. Невмержицька О. Медіаосвіта як засіб формування критичного мислення особистості. Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Вип. 27, т. 6. С. 123–128. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863.6/27.204654>
32. Павленко В. В. Інформаційна культура та медіаграмотність: теоретико-методологічні засади. Всеукраїнська науково-практична конференція «Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти»: тези, доп., 20-21 чер. 2017р. Київ/ укладач Чаплінська Ю.С. URL: <https://surl.lu/kvabkp> (дата звернення 23.10.2025)
33. Павленко М., Діденко О. Психологічні детермінанти розвитку медіаграмотності. Наукові перспективи (Naukovì perspektivì). 2025. №

- 12(54). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12\(54\)-1618-1634](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-12(54)-1618-1634) (дата звернення: 27.10.2025).
34. Пометун О. І. Критичне мислення як педагогічний феномен. Український педагогічний журнал. 2018. № 2. С. 89–98. URL: <https://surl.li/wjlbli> (дата звернення 23.10.2025)
35. Поцулко О., Аветісова І. Роль психологічного фактчекінгу в підвищенні медіаграмотності студентської молоді. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія Психологічні науки. 2022. № 1(1). С. 38–45. URL: [https://doi.org/10.31558/2786-8745.2022.1\(1\).5](https://doi.org/10.31558/2786-8745.2022.1(1).5) (дата звернення: 23.10.2025).
36. Попова Л. М. Формування медіаграмотності як актуальна складова трансверсальної компетентності майбутнього педагога. Освітньо-науковий простір. 2023. Вип.3(2). С.91-99. DOI: [https://doi.org/10.31392/ONP.2786-6890.3\(2\).2022.10](https://doi.org/10.31392/ONP.2786-6890.3(2).2022.10)
37. Соколова І. Соціальна компетентність у професійній діяльності педагога. Педагогіка і психологія професійної освіти. 2021. №1. С. 65–71. URL: https://pedpsy.duan.edu.ua/images/PDF/Full_issues/Issues/1_21_2021.pdf (дата звернення 18.10.2025)
38. Сидорук І. І. Визначення сутності поняття "соціальна компетентність майбутнього соціального працівника". Науковий вісник Ужгородського університету. Серія "Педагогіка. Соціальна робота". 2019. Вип. 1 (44). С. 174–178. URL: <https://shorturl.at/cDSJ3> (Дата звернення 18.10.2025)
39. Свириденко Д., Терепиций С. Медіаграмотність та соціальна відповідальність освітян в умовах інформаційної війни: постановка проблеми. Studia Warمیńskie. 2020. Т. 57. С. 75–83. URL: <https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/sw/article/view/6006> (дата звернення 16.10.2025)
40. Стратегія Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/the-strategy-of-the->

ministry-of-culture-and-information-policy-of-ukraine-for-media-literacy-development-until-2026.pdf (дата звернення: 19.10.2025).

41. Смирнова І., Таможська І., Паркулаб О. Медіаграмотність у практиці педагогічного працівника: виклики та перспективи освіти дорослих. Перспективи та інновації науки. 2025. № 9(55). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2025-9\(55\)-921-929](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2025-9(55)-921-929) (дата звернення: 27.10.2025).
42. Ткаченко В., Цвячка О., Хмель І. Соціальна компетентність особистості як педагогічна проблема. Суспільство та національні інтереси. 2024. № 6(6). URL: [https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-6\(6\)-254-264](https://doi.org/10.52058/3041-1572-2024-6(6)-254-264) (дата звернення: 23.10.2025).
43. Товканець Г. М. Формування соціальної компетентності студентської молоді у процесі професійної підготовки. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. 2020. Вип. 41. С. 140–144. DOI: <https://doi.org/10.24144/2524-0609.2025.56.245-249> (дата звернення 15.10.2025)
44. Трофіменко А.В. Вплив масмедіа на когнітивні викривлення та рівні тривожності. Масмедіа як психологічний феномен: зб. доп. наук.-практ. конф. / упоряд. І. Белінська, Ю. Гаврилець, В. Різун. Київ, 2024. С. 7-8.
45. Циба В.М. Психологічні наслідки тривалої експозиції до маніпулятивного медіаконтенту. Масмедіа як психологічний феномен: зб. доп. наук.-практ. конф. / упоряд. І. Белінська, Ю. Гаврилець, В. Різун. Київ, 2024. С. 9-11.
46. Чорна Н.В. формування громадянської компетентності студентів закладу вищої освіти. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. 2019. Т. 93, № 6. С. 310–320. URL: <https://doi.org/10.33216/2220-6310-2019-93-6-310-320> (дата звернення: 20.10.2025).
47. Череповська Н. І. Медіаосвіта і медіаграмотність: психологічні аспекти. Психологія і суспільство. 2018. №4. С. 93–100. DOI: <https://doi.org/10.35774/pis2018.03> (дата звернення 19.10.2025)

- 48.Шабуніна В., Тур О. Медіаграмотність як ключовий фактор інформаційної безпеки особистості. VII Міжнародна науково-практична конференція «Психолого-педагогічні, правові та соціально-культурні проблеми сучасного суспільства». 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/fphisn.2023.1.42-43> (дата звернення: 23.10.2025).
- 49.Шимановський О. Г. Психологічні аспекти соціальної компетентності // Психологія і особистість. – 2020. – №1. – С. 99–105. DOI: <https://doi.org/10.33989/2226-4078.2020.1> (дата звернення 18.10.2025)
- 50.Щур В. А. Компетентнісний підхід як базовий у сучасній освіті. Педагогічна Академія: наукові записки. 2025. № 18. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15502682> (дата звернення: 25.10.2025).
- 51.Юрченко О. С. Соціальна компетентність у структурі професійної діяльності. Психологія і суспільство. 2022. №1. С. 75–81. DOI: <https://doi.org/10.35774/pis2022.01> (дата звернення 25.10.2025)
- 52.Янкович О. І. Медіаосвіта в загальноосвітній школі: навчально-методичний посібник . Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2016. – 160 с URL: <https://shorturl.at/PYgV0> (дата звернення 19.10.2025)
- 53.Яворська Г. В. Соціальна компетентність як показник готовності особистості до самореалізації. Освітнологічний дискурс. 2021. №2. С. 133–139.URL: <https://od.kubg.edu.ua/index.php/journal/issue/view/35> (дата звернення 15.10.2025)
- 54.7 кроків до здорового медіаспоживання під час війни : посібник для вчителя / О.Вознесенська, Н. Дятел, Л. Найдьонова, О. Тараненко, Н. Умеренкова. IREX в Україні, 2024. 147с. URL: <https://drive.google.com/file/d/1YnXv8Wxh55f4-FQ8Mqn5RHP6Co-JJKu4/view> (дата звернення: 25.10.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Авторський опитувальник «Рівень медіаграмотності особистості»

Мета: діагностувати рівень сформованості медіаграмотності особистості за чотирма ключовими компонентами:

1. Критичне сприйняття інформації
2. Орієнтація в джерелах та медіапросторі
3. Аналіз та інтерпретація контенту
4. Етичне й безпечне використання медіа

Інструкція для респондента:

Вам пропонуються твердження, що стосуються вашого ставлення до інформації, медіаконтенту та цифрових технологій. Оберіть одну відповідь, яка найбільше відповідає вашій звичайній поведінці чи переконанням.

Оцінювання за шкалою:

- 3 бали – завжди / цілком згоден
- 2 бали – іноді / частково згоден
- 1 бал – рідко / не згоден

Твердження (20 пунктів)

Блок 1: Критичне мислення і перевірка фактів

1. Я перевіряю новину в кількох джерелах, перш ніж довіряти їй.
2. Мені легко відрізнити правдиву інформацію від маніпулятивної.
3. Я звертаю увагу на дату публікації новини.
4. Я аналізую, хто є автором контенту та яке в нього джерело фінансування.
5. Я розумію, що заголовки можуть бути провокаційними або клікбейтними.

Блок 2: Медіапрактики та технічна грамотність

6. Я вмію налаштовувати приватність своїх акаунтів у соцмережах.
7. Я вмію повідомити про фейкову або небезпечну інформацію в мережі.
8. Я усвідомлюю, що безкоштовний контент може містити рекламу чи збір даних.
9. Я користуюсь надійними інформаційними ресурсами.
10. Я можу знайти офіційне першоджерело новини (замість репосту).

Блок 3: Аналіз та інтерпретація

11. Я вмію аналізувати візуальні образи (реклама, меми, фото) на предмет впливу.
12. Я знаю різницю між фактами, думками та судженнями.
13. Я помічаю, коли інформація намагається викликати в мене емоції замість логіки.
14. Я вмію працювати з інформацією: порівнювати, класифікувати, обирати головне.
15. Я розумію, як працюють алгоритми соцмереж і як вони впливають на мій вибір.

Блок 4: Етика і цифрова безпека

16. Я не поширюю інформацію, у якій не впевнений.
17. Я поважаю право інших на іншу точку зору.
18. Я розумію наслідки кібербулінгу, мови ворожнечі та пропаганди.
19. Я дотримуюсь авторських прав, коли використовую чужий контент.
20. Я зважую, яку особисту інформацію розміщую онлайн.

Оцінювання результатів: максимальна кількість балів: 60. 20 тверджень $\times$ 3 бали.

Кількість балів	Рівень медіаграмотності
50–60 балів	Високий: сформоване критичне мислення, медіанавички, етична поведінка.
35–49 балів	Середній: базові навички є, потребують поглиблення.
20–34 бали	Низький: критичне сприйняття слабо розвинене, є ризик маніпуляцій.

Тестування онлайн курсу "StopFake
«Медіаграмотність та критичне мислення».

Автор: Задільська Лілія Романівна

Мета тестування: оцінити рівень сформованості медіаграмотності та критичного мислення слухачів курсу.

Умови проведення:

1. Тест складається з 20 запитань закритого типу (з варіантами відповідей А–Г).
2. У кожному запитанні є одна правильна відповідь.
3. Час виконання тесту: 20–25 хвилин.
4. Забороняється користуватися додатковими джерелами інформації (підручники, інтернет, телефони).
5. Учасник повинен уважно прочитати кожне запитання й обрати правильний варіант відповіді.

Система оцінювання:

За кожную правильну відповідь нараховується 1 бал.

Максимальна кількість балів – 20.

Рівні сформованості:

Високий рівень – 17–20 балів (85–100%)

Достатній рівень – 13–16 балів (65–80%)

Середній рівень – 9–12 балів (45–60%)

Низький рівень – 0–8 балів (менше 40%)

Запитання №1

Медіаграмотність - це ...

- А) сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа
- Б) частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас- медіа
- В) вміння читати й писати або вміння використовувати мову, щоб читати, писати чи розмовляти
- Г) стан захищеності кожного індивіда від недостовірної або небезпечної інформації, що завдає шкоди здоров'ю людини, її моральності й особистістному розвитку

Запитання №2

Як захистити себе від негативного впливу неякісної інформації?

- А) викинути всі гаджети
- Б) поставити собі чіткі обмеження на користування соцмережами, месенджерами та визначити, скільки часу в день ти виділяєш на прочитання новин
- В) влаштовувати собі так званий «інформаційний детокс» 1 раз на місяць
- Г) поставити фільтр новин

Запитання №3

Як Ви визначаєте, чи достовірна інформація чи ні?

- А) радитеся з котом
- Б) питаєте у друзів
- В) заходите на першоджерела
- Г) довіряю чуткам

Запитання №4

Головною метою всіх новин у медіа має бути ...

- А) інформування
- Б) пропаганда
- В) навчання
- Г) розважання

Запитання 5

Будь-які відомості, створені людиною для передачі в часі та просторі - це...

- А) масмедіа
- Б) інформація
- В) інформаційний процес
- Г) засоби масової інформації

Запитання 6

З логічного ряду ключових принципів медіаграмотності випадає ...

- А) усі медіамеседжі сконструйовані
- Б) медіамеседжі формують наше сприйняття реальності
- В) медіамеседжі не містять комерційного втручання
- Г) різні аудиторії по-різному розуміють один і той самий меседж

Запитання 7.

В комерційному рекламному ролику будь-якого товару подається інформація в інтересах ...

- А) покупця
- Б) телеканалу
- В) виробника товару
- Г) влади

Запитання 8.

Чому телесеріали ще називають «мільними операми»?

- А) Тому що під час трансляції перших телесеріалів часто демонстрували рекламу мийних засобів
- Б) Тому що перший телеканал належав підприємству з виробництва побутової хімії
- В) Тому що в перших телесеріалах грали актриси з реклами мила й гелів для душу
- Г) Це не має логічного пояснення

Запитання 9.

Які прийоми використовуються в мас-медіа для пропаганди та маніпуляції:

- А) Інтерв'ю з популярними зірками та трансляція новин з їхніх акаунтів у соціальних мережах
- Б) Поширення фейків та використання емоційно забарвленої лексики
- В) Гумористичні скетчі та стрімінг
- Г) Мультиплікація і трансляція концертів живої музики

Запитання 10 .

Виберіть найбільш доречне визначення слова «фейк»:

- А) псевдодокументальний фільм, що імітує дійсність і використовується в кінематографі для загострення враження від жахів на екрані
- Б) різновид прихованого впливу на людей з метою навіювання їм певної ідеї, думки, положення, керівництва до дії, що відбувається поза волею об'єктів впливу
- В) сфабрикована інформація, розрахована на те, що читач або глядач навряд чи почне перевіряти факти, цифри, цитати
- Г) сторінка в соціальній мережі ВКонтакте з великою кількістю підписників, фото- й відеоматеріалів

Запитання 11.

Виберіть рядок, у якому емоційно забарвлену лексику використано з метою маніпуляції думкою читача:

- А) В Україні нікому очолити хвилю соціального невдоволення, адже немає адекватних лівих сил. Та й неадекватних уже немає, бо заборонили. У нас узагалі політичних сил як таких не існує. Праві – трансформувалися в шовіністичні. Тож третій Майдан, якщо таки почнеться, то буде вже радикальним, екстра- Майданом.
- Б) Кіно – аудіовізуальний засіб поширення інформації, що має масовий характер. Кожен кіносюжет містить у собі меседжі, які посиляються широкій громадськості. Кіно впливає на емоційну сферу: звук, зображення, голос, музичний супровід, словесні акценти.
- В) На території Радянського Союзу хіпі з'явилися в 70- х рр. XX ст. Радянські хіпі були культурно близькі до дисидентського середовища. Багато з них висловлювали протести проти тоталітарної системи та ідеології, інші були поза її межами. Тому образ хіпі у масовій свідомості формувався як негативний. Представників цієї течії зображували неробами (дармоїдами), неохайними, брудними безкультурними і аморальними, тобто абсолютно протилежними до образу радянської людини – будівника комунізму.
- Г) У соціальних мережах людина спілкується, шукає друзів та однодумців, ділиться досягненнями та інформацією, обмінюється новинами, фотографіями, слухає музику, дивиться відео. Спілкування в них здається цілком позитивним і безпечним. Однак часто людина навіть не усвідомлює, що віртуальний світ, в який вона занурюється, починає переважати над реальним, людина все більше часу починає проводити у соцмережах

Запитання 12

В експрес-газеті ви прочитали що скоро прилітає НЛО. Які ваші дії?

- А) Не дуже повірю, проте візьму на замітку та буду обачливим
- Б) Перевірю цю інформацію у більш авторитетних джерелах
- В) Напишу на сторінках редакції в Інтернеті лайливі коментарі
- Г) Переїду до бункера, адже потрібно зустріти НЛО підготовленим

Запитання 13.

Яка ознака тексту змушує запідозрити, що це фейк?

- А) Наявна цитата з промови добре відомого й відзначеного нагородами науковця
- Б) «Сухий» стиль викладу, позбавлений емоцій та особистих суджень автора
- В) Повідомляється сенсаційний факт, але джерело інформації не вказано або є фраза «з анонімних джерел»
- Г) Автор статті вказаний внизу дрібним шрифтом і поряд написана його електронна адреса для зворотного зв'язку

Запитання 14.

Що означає мем «британські вчені»?

- А) Набір курйозних мальованих фізіономій, що використовуються як символи самотності або цинізму
- Б) Колектив нікому не відомих дослідників, які здійснюють божевільні, позбавлені жодної практичної цінності дослідження або доводять і так очевидні речі
- В) Сумні коти з чарівною паличкою, які прискорюють будь-який процес
- Г) Реальне англійське бюро із соціологічних досліджень

Завдання 15.

Матеріалів якого характеру не повинно бути в мас-медіа, розрахованих на масового читача?

- А) Інформаційного
- Б) Аналітичного
- В) Розважального
- Г) Усі названі повинні бути

Завдання 16.

Що таке інформаційна бульбашка?

- А) Непереверена інформація в медіа
- Б) Через алгоритми та інші причини люди отримують лише ту інформацію, яка підтримує їхні погляди
- В) Тема, яка є настільки важливою, що про неї пишуть усі ЗМІ

Завдання 17.

Якщо матеріал подається як журналістський, але насправді є рекламним, то як це назвати?

- А) Джинса
- Б) Пропаганда
- В) Фейкові новини

Завдання 18.

Фейк-нюз – це суто сучасна біда, яка з'явилася через нові технології. Ну правда ж?

- А) Ні. Колись газетам не вистачало новин, тож вони просто видумували власні
- Б) Так. Лише через можливість миттєво розповсюдити якусь історію на весь світ фейкові новини і сталися як явище

В) Фейкових новин взагалі не існує, їхня нібито поява – це і є фейк-ньюз

Запитання 19.

Медіаграмотні люди – це ті, які ...

- А) Перевіряють суперечливу інформацію
- Б) Можуть опублікувати в інтернеті текст, фото чи відео
- В) Знають різницю між видами мас-медіа
- Г) Все перераховане

Запитання 20.

Найкращий друг надсилає вам посилання і пише: "ТИ МАЄШ ЦЕ ПОБАЧИТИ!"

Ваші дії?

- А) Я маю це побачити!
- Б) Перепитаю його, що там

Аналіз результатів:

- Порахувати кількість правильних відповідей для кожного учасника.
- Визначити відсотковий результат (кількість балів $\times$ 100 / 20).
- Встановити рівень медіаграмотності згідно з критеріями.

Ключ правильних відповідей

- 1 – А
- 2 – Б
- 3 – В
- 4 – А
- 5 – Б
- 6 – В
- 7 – В
- 8 – А
- 9 – Б
- 10 – В
- 11 – А
- 12 – Б
- 13 – В
- 14 – Б
- 15 – Г
- 16 – Б
- 17 – А
- 18 – А
- 19 – А
- 20 – Б