

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Ельвіра ЛУЗІК
«__» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 053 «Психологія»

Освітньо-професійна програма «Практична психологія»

Тема: «Вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків»

Виконавець: здобувач групи ПП-426 Маліч Анна Валеріїна

Керівник: канд. психол. наук, доцент Гордієнко Наталія Василівна

Нормоконтролер: _____ Тамара МИХЕСВА

КИЇВ 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Кафедра педагогіки та психології професійної освіти
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність 053 «Психологія»
ОПП «Практична психологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Ельвіра ЛУЗІК
« » _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Маліч Анни Валеріївни

1. Тема кваліфікаційної роботи «Вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків» затверджена наказом ректора від від 22.03.2024 №422/ст. 2. Термін виконання роботи: з 29.01.2024 р. до 16.06.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до першого та другого розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків загальним обсягом 62 сторінки, з них обсяг основного тексту 36 сторінок, список використаних джерел нараховує 40 позицій.

4. Зміст пояснювальної записки: Вступ; Розділ 1. Теоретичний аналіз впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків; Висновки до першого розділу; Розділ 2. Емпіричне дослідження впливу засобів масової інфорації на тривожність підлітків; Висновки до другого розділу; Висновки; Список використаних джерел та літератури; Додатки.

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного матеріалу): діаграми.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Опрацювання та реферування літератури з теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження	29.01.2024	29.01.2024
2.	Формулювання теми, мети, завдань дослідження. Написання вступу. Складання попереднього плану роботи. Узгодження з керівником	12.02.2024	13.02.2024
3.	Написання першого розділу. Подання керівникові на перевірку	25.03.2024	25.03.2024
4.	Написання другого розділу. Подання керівникові на перевірку	22.04.2024	26.04.2024
5.	Оформлення роботи. Подання керівникові на перевірку	20.05.2024	24.05.2024
6.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	01.05.2024	26.05.2024
7.	Опрацювання зауважень і виправлення недоліків	01.05.2024	05.05.2024
8.	Подання остаточного варіанта роботи на кафедру для перевірки на академічну доброчесність	27.05.2024	27.05.2024
9.	Подання кваліфікаційної роботи на рецензування	05.06.2024	05.06.2024
10	Захист роботи	10.06.2024	

7. Дата видачі завдання: «29» січня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Наталія ГОРДІЄНКО

Завдання прийняв до виконання _____ Анна МАЛІЧ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків»: 62 сторінки, 40 використаних джерел та літератури, 10 додатків.

Об'єкт дослідження – тривожність підлітків.

Предмет – психологічні особливості впливу засобів масової

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та емпіричному дослідженні впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків з метою з'ясування основних факторів, що сприяють збільшенню рівня тривожності серед цієї групи населення.

У кваліфікаційній роботі розкрито сутність поняття «тривожності». Зокрема особливості тривожності дітей підліткового віку, що може проявлятися на емоційному та поведінковому рівнях, а також часто загострюється у зв'язку із залежним становищем дитини – підліток вважає себе дорослим і взаємодіє зі світом. Крім того, були описані особливості сучасних засобів інформації (такі як зміна традиційних мас-медіа інтернет-ресурсами, їх доступність тощо) та їх вплив на особистість підлітка.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати досліджень можуть бути використані при створенні програм для профілактики тривожності підлітків. Використовуватися батьками підлітків та педагогами, психологами при роботі з ними.

ТРИВОЖНІСТЬ, ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ,
ВПЛИВ, ПІДЛІТКОВИЙ ВІК, ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ.

ЗМІСТ

Вступ	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ТРИВОЖНІСТЬ ПІДЛІТКІВ.....	9
1.1. Психологічні особливості вияву тривожності підлітків.....	9
1.2. Характеристика впливу засобів масової інформації на рівень тривожності підлітків.....	12
Висновки до першого розділу.....	15
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ТРИВОЖНІСТЬ ПІДЛІТКІВ.....	17
2.1. Організація дослідження та обґрунтування вибору діагностичних методик.....	17
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження впливу засобів масової інформації на рівень тривожності підлітків.....	21
2.3. Практичні рекомендації щодо зниження рівня тривожності підлітків у зв'язку з впливом засобів масової інформації.....	31
Висновки до другого розділу.....	33
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	37
ДОДАТКИ.....	40

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний світ не уявляється без засобів масової інформації, таких як телебачення, інтернет, радіо, соціальні мережі та інші. Їх вплив на суспільство, зокрема на підлітків, є неоспоримим фактором, що варто розглядати з усією серйозністю. Особливо важливо розглядати вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків, оскільки саме у цьому віці формуються психічні, емоційні та психологічні основи майбутнього дорослого життя.

Зростаюча кількість досліджень та статистичних даних підтверджують зростання тривожності серед підлітків у сучасному світі. Під впливом негативних аспектів медіа, таких як сенсаційна інформація, відображення насильства, стереотипи та інші, підлітки можуть переживати стрес, тривогу та навіть розвивати психічні розлади. Тому вивчення впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків є вкрай актуальним та необхідним для розуміння та запобігання негативним наслідкам.

Мета даного дослідження полягає в аналізі впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків з метою з'ясування основних факторів, що сприяють збільшенню рівня тривожності серед цієї групи населення. Крім того, метою є виявлення можливих шляхів запобігання або зменшення негативного впливу медіа на психічне здоров'я підлітків. Дослідження такого роду має на меті не лише розкрити проблему, а й надати практичні рекомендації для покращення ситуації та підтримки психічного здоров'я підлітків.

Предмет дослідження: психологічні особливості впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків.

Об'єкт дослідження: тривожність підлітків.

Завдання дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз психологічних та соціальних факторів, що впливають на чутливість підлітків до тривожності.
2. Обґрунтувати психодіагностичний інструментарій та провести емпіричне дослідження рівня тривожності серед підлітків та їх споживання медіа.

3. Довести наявність впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків.

4. Розробити рекомендації для батьків, вчителів, психологів та інших – зацікавлених сторін щодо профілактики впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків.

Методи дослідження: Для розв'язання поставлених завдань нами було використано наступні методи дослідження:

– теоретичні: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення теоретичних та експериментальних даних, матеріалів наукової літератури;

емпіричні: тестування, анкетування, опитування, спостереження:

Відповідно до зазначених завдань, діагностика тривожності підлітків та їх ставлення до засобів масової інформації здійснювалися за допомогою наступних методик:

– методика «Шкала ситуативної та особистісної тривожності» Ч.Д. Спілбергера, Ю.Л. Ханіна;

– методика САН (самопочуття, активність, настрій), авторства В.А. Доскіна Н.А. Лаврентьєвої, В.Б. Шарай, М.П. Мірошникова;

– тест атрибутивних стилів (ТАС) Л.М. Рудіна;

– для визначення залежності від інформаційного потоку та рівня довіри до засобів масової інформації нами була розроблена авторська анкета.

Практичне значення: полягає у тому, що результати досліджень можуть бути використані при створенні програм для профілактики тривожності підлітків. Використовуватися батьками підлітків та педагогами, психологами при роботі з ними.

Апробація та публікації: відсутні.

Експериментальна база дослідження: дослідження проводилося на базі ліцею міста Шепетівки. Вибірку дослідження склали 50 учнів 14-15 років, 28 хлопців та 22 дівчини.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі 62 сторінок. Вступу, двох розділів, висновків до розділів, загального висновку, списку використаних джерел з 40 найменувань, додатки загальним обсягом 23 сторінки. Основний зміст роботи викладений на 36 сторінках і містить 8 діаграм та 2 таблиці. Загальний обсяг роботи 62 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ТРИВОЖНІСТЬ ПІДЛІТКІВ

1.1. Психологічні особливості вияву тривожності підлітків

В сучасних умовах стає все більш актуальним питання розвитку особистості в підлітковому віці. У даному віці збільшується кількість труднощів, що безпосередньо пов'язані з емоційною сферою, особливостями характеру, поведінки. Особливо яскраво в підлітковому віці проявляє себе тривожність [15]. Характерним цього віку є сфери, зони дійсності, які провокують тривогу на підвищеному рівні внаслідок вагомих соціальних та психологічних потреб.

Пубертатний період, являється одним із найскладніших і відповідальних, охоплює часові рамки від 10 – 17 років.

Даний період прийнято вважати кризовим. В цей час відбуваються різкі, якісні зміни, які охоплюють певні сторони життя і розвитку. З психологічної точки зору пубертатний вік, характеризується відсутністю гармонії. Відсутність її охоплює і внутрішній світ особистості, емоційну сферу, і сферу міжособистісних відносин.

Підлітковий вік є періодом важливих особистісних змін. Система внутрішніх цінностей підлітка піддається значній трансформації. Підліток намагається будувати власні, індивідуальні цінності. Варто зауважити, що для підліткового віку характерною якістю є негативізм [3].

Емоційна сфера особистості, що включає в себе емоції, почуття, переживання і проявляється в станах і стосунках людини з іншими. Значний вплив на емоційну сферу підлітка, процес його психічного розвитку, розвитку його як майбутньої сформованої особистості надає спосіб життя підлітка і його оточення. Під цими словами розуміється найближче оточення (сім'я, друзі, компанія) [10]. Підлітки досить часто починають прислуховуватись до своїх однолітків, рідше – до думки старших, більш досвідчених, значимих осіб. Особистісна самооцінка починає формуватись виходячи з внутрішніх вимог, а не виключно з урахуванням оцінки

оточуючих. Розуміння підлітком особистісних недоліків починає впливати на розвиток особистості і самосвідомість дитини [30].

В підлітковому віці підлітку потрібен приклад наслідування – ідеал, який він обирає, виходячи з можливостей власного оточення. Наслідуючи манери, спосіб життя вподобаної людини [16]. Саме у даному віці виникає свого роду дисонанс між бажанням здаватись дорослим і невмінням ним бути. Це в ряді випадків породжує значну кількість претензій до нього з боку оточуючих, а також відверта незадоволеність самого підлітка, що не може не знайти відображення в його емоціях [9].

Чиньона І.І. вважає, що, манери спілкування підлітка змінюється. Він прикладає всі зусилля для демонстрації незалежності, прагнення відстояти свою думку, проявляє ворожість, стає конфліктним [31].

Як стверджує Пересадчак О., розповсюдженими причинами міжособистісних конфліктів у цьому віковому періоді є особисті протиріччя, прагнення до лідерства. Цей вік характеризується переважною кількістю конфліктів, які спровоковані видозміненням дитячого світогляду [25].

Підлягає змінам і манера спілкування з дорослими. Підліток доволі часто обирає стратегію суперництва як спосіб врегулювання протиріч: підліток не схильний поступатись, намагається довести свою правоту тоді, коли він сам може бути не впевнений [17].

За словами Малгожана Тарашкевича, підлітки вкрай болісно сприймають образи й порівняння з боку дорослих людей, необов'язково наближених до них. В умовах спілкування з протилежною статтю підлітки часто переживають стан тривоги, з'являється страх виглядати безглуздим, комічним [22]. Почуття тривоги може підсилюватись за рахунок низької самооцінки і оцінки поведінки однолітками, коли у підлітків змінюється самосвідомість. Девідом Кларком, були відзначені гендерні розбіжності формування емоційної сфери підлітків. Для дівчат властивою є більша невпевненість у собі, емоційна лабільність, сензитивність по відношенню до стресових факторів, часом невинуватого відчуття провини [10].

Невміння знайти конструктивне рішення, пасивність й розгубленість, страх актуалізуються в них у стресових ситуаціях. Хлопці, згідно з даними означеного дослідження, являються більш стресостійкими, однак і для них характерні доволі високі показники тривожності та невпевненості у собі [18]. При цьому доведено, що для дівчаток-підлітків характерним є більш високий показник емоційного інтелекту, ніж для хлопців. Вони демонструють більш високий рівень емпатії і розпізнавання емоцій оточуючих. Згідно Д. Ланде [39], що вважає, задоволеність і психологічне благополуччя можна охарактеризувати як показники задовільного психічного функціонування. А. Кармелі [38] з колегами виявив позитивний зв'язок між емоційним інтелектом і психологічним благополуччям.

У свою чергу, підлітки з високим рівнем емоційного інтелекту здатні ефективно справлятися з новими ситуаціями на основі їх минулого досвіду [8]. Окрім того, у них гарно розвинені комунікативні навички і вміння використовувати свою емоційну обізнаність в регуляції міжособистісної поведінки. Крім того, підлітки з високим рівнем емоційного інтелекту краще справляються з конфліктами в школі та сім'ї, на відміну від однолітків з низьким рівнем емоційного інтелекту. Винославська О.В., Бреусенко О.А, стверджують, що емоційно компетентні підлітки здатні раціонально мислити і приймати рішення найбільш ефективним способом і в найбільш вдалий проміжок часу [5].

На сьогоднішній день, існує велика кількість наукових робіт, які присвячені вивченню тривожності. Ліфарева Н.В. відзначає, що саме ця особистісна характеристика лежить в основі ряду психологічних труднощів вікового розвитку [14].

Протікання і протяжність підліткового віку помітно варіюються в залежності від рівня розвитку суспільства.

За словами М. С. Мовчана, перехідний період є переходом дитини в дорослість, сенс якого полягає у прагненні досягти статусу дорослого шляхом втрати дитячого статусу. Досить часто набуття дорослого статусу супроводжується саме тривожністю [23].

Знаходячись у цьому стані, підліток переживає, як правило, цілий каламбур емоцій різного роду, кожна із яких має вплив на його загальний стан, сприйняття, поведінку, мислення й соціальні взаємини .

Тривожність також може бути пов'язана і з діяльністю нервової системи. На це може впливати динаміка перебігу психічної діяльності та індивідуальні особливості поведінки залежні від індивідуальних відмінностей у діяльності нервової системи [20].

Тривожність підлітка нерідко стає причиною порушення близьких, довірливих зв'язків з оточенням, різким погіршенням навчальної діяльності у школі, і головною причиною порушення звичного для нього «нормального» життя[28].

З вище сказаного, ми можемо зазначити, що підлітковий вік вважається переломним у житті людини. Саме у той період, коли підліток дивиться в обличчя внутрішньоособистісним конфліктам, труднощам у спілкуванні. Це період, коли дитина може стати проти всього світу. Тривожність розглядається як індивідуальна психологічна особливість, яка виявляється у схильності підлітка до частих та інтенсивних переживань стану тривоги, який зачіпає усі сфери життєдіяльності підлітка та негативно впливає на його розвиток, поведінку та здоров'я.

1.2. Характеристика впливу засобів масової інформації на рівень тривожності підлітків

Засоби масової інформації являються досить важливими і набувають все більшої значущості в нашому суспільстві. Нині навіть важко уявити собі життя без телебачення, сайтів обміну інформацією, соціальних мереж, новин або блогів. Засоби масової інформації набули нових функцій, вони функціонують, як кабелі зв'язку, що сприяють соціальній взаємодії та спілкуванню. Завдяки ЗМІ можна купувати або продавати будь-які товари, ЗМІ дозволяють отримати доступ до будь-якої інформації, вони дозволяють розмістити власний медіа-контент та спостерігати за іншим. Вплив засобів масової інформації на рівень тривожності підлітків є складним та

багатогранним явищем, яке може мати як позитивні, так і негативні аспекти. Нижче наведено деякі характеристики цього впливу:

Зростання тривожності: Засоби масової інформації, такі як новини, соціальні мережі, телевізійні шоу та фільми, часто створюють образи світу, які можуть викликати тривогу серед підлітків. Негативні новини, зображення насильства або катастроф можуть збільшувати рівень тривожності, особливо у вразливих осіб [4].

Соціальна ідентифікація: Засоби масової інформації також можуть створювати ілюзію ідеалізованого життя, що може викликати у підлітків тривогу через відчуття недосконалості або невдачі в порівнянні з іншими [1].

Стрес і перевантаження інформацією: Постійний потік інформації від засобів масової інформації може перевантажувати молодий розум, сприяючи розвитку тривожності. Інформаційний стрес може виникати з-за перегляду новин, спрямованих на конкретні проблеми, а також через пересилання негативних повідомлень у соціальних мережах [27].

Можливості для самоаналізу і освіти: Засоби масової інформації можуть також надавати підліткам можливості для освіти та самоаналізу. Вони можуть навчати шляхи вирішення соціальних проблем, виховувати емпатію та сприяти розвитку критичного мислення, що, у свою чергу, може допомогти у керуванні тривожністю [14].

Рекламний тиск і комерціалізація: Рекламні повідомлення, які часто супроводжують масові медіа, можуть створювати неприродні стандарти краси або споживання, що може викликати тривогу в підлітків стосовно їх власного зовнішнього вигляду або соціального статусу [7].

Важливо зазначити, що дослідження показують, що активна участь у здоровому способі життя може допомогти зменшити тривожність серед підлітків, незалежно від впливу засобів масової інформації. Регулярна фізична активність, збалансоване харчування та надання підтримки від сім'ї та друзів можуть сприяти зниженню рівня стресу та тривожності [37].

Також слід звернути увагу на здоровий баланс використання засобів масової інформації. Занадто велика кількість часу, витраченого на перегляд новин або

соціальних мереж, може підвищити рівень тривожності. Сприяння адекватному використанню медіа та забезпечення здорового режиму дня, який включає час для фізичної активності, спілкування з друзями та сім'єю, може допомогти зберегти емоційний баланс. Недостатній сон може призвести до погіршення емоційного стану та збільшення вразливості до стресу. Забезпечення регулярного режиму сну та встановлення здорових звичок може бути ефективним способом зменшення тривожності серед підлітків.

Додатковою важливою складовою управління тривожністю серед підлітків є розвиток навичок управління стресом та вирішення проблем. Навчання підлітків ефективним стратегіям для розпізнавання, аналізу та вирішення проблем може допомогти їм ефективніше впоратися з ситуаціями, що викликають тривогу. Ці навички включають в себе планування, прийняття рішень, здатність до адаптації та ефективне використання ресурсів [13].

Ще одним важливим аспектом, який слід враховувати, є роль позитивного та підтримуючого середовища у школі [6]. Створення безпечного, емпатичного та стимулюючого середовища в навчальних закладах може зменшити стрес та тривожність у підлітків [34]. Шкільні програми та ініціативи, спрямовані на підтримку психічного здоров'я та розвиток емоційних навичок, можуть значно полегшити адаптацію та забезпечити позитивний навчальний досвід для учнів [12].

Крім того, важливо надавати підліткам можливість розвивати свій внутрішній світ через творчість та самовираження. Мистецтво, музика, література, танці та інші форми творчості можуть стати засобом вираження та розрядки негативних емоцій, а також сприяти позитивному самовираженню та самоідентифікації [2]. Важливо підтримувати підлітків у розвитку своїх інтересів та хобі, оскільки це може надати їм додаткову підтримку та сенс в житті. Захоплення та діяльність, яка викликає позитивні емоції, може бути важливим засобом боротьби з тривожністю та стресом [18].

Отже, доросла, психічно зріла людина, більш-менш здатна аналізувати інформацію, яку вона приймає, аніж підліток приймаючий її всю без виключення. Приклади поведінки та навичок авторитетів, підліток приміряє на себе не до кінця

усвідомлюючи моральність цього образу та наслідки, які можуть за ним стояти. Тому інформація, що несе в собі деструктивний характер може стати прикладом наслідування підлітка, при тому, що підлітковий період є надзвичайно важливим у формуванні особистості в цілому. У зв'язку з цим способи забезпечення інформаційної безпеки дітей та підлітків, що повинні позитивно вплинути на їх емоційне благополуччя: правове регулювання; обмеження доступу до інформації, включаючи блокування медіа-ресурсів; контроль доступу підлітків до комп'ютерних ресурсів. Підвищення так званої медіакомпетентності означеної вікової категорії нівелює прояви тривожності, допомагає фільтрувати джерела інформації, це досягається в основному за рахунок розвитку критичного мислення підлітка [40].

В той же час , важливо надавати можливості для відпочинку та релаксації. Практики медитації, глибокого дихання, йоги або просто відпочинку в тиші можуть допомогти підліткам заспокоїти свій розум і знизити тривожність.

Висновки до першого розділу

У процесі теоретичного аналізу наукових досліджень засобів масової інформації та проблеми тривожності підлітків нами було встановлено наступне:

1. Тривожність – це риса характеру або індивідуальна особливість особистості, яка проявляється у надмірному хвилюванні, коли, на думку індивіда, ситуація може завершитися неприємностями, невдачею. У даному випадку мова йде про психологічну загрозу, страх фрустрації, на відміну від тривоги як чіткого емоційного стану, коли небезпека перестає бути потенційною і виникає на фоні ситуацій невизначеності чи прямої фізичної загрози. У підлітків рівень тривожності нерідко підвищений, тому що період їх переходу із дитинства в дорослість є періодом перебудови, як фізичної, так і психологічної.

2. Засоби масової інформації, такі як телебачення, Інтернет, соціальні мережі та інші, виявляють значний вплив на психічний стан та емоційну стабільність підлітків. Відсутність контролю над змістом інформації, яку споживають підлітки, може призвести до збільшення рівня тривожності через викликані стресори та

негативний вплив на самооцінку. Важливим є не лише сама інформація, а й її сприйняття та обробка підлітками. Фактори такі як, розвиток критичного мислення та навички критичного оцінювання, можуть зменшити негативний вплив засобів масової інформації. Крім того, комунікаційна культура сім'ї, школи та оточення відіграє важливу роль у вихованні медіаграмотності та розумінні впливу інформації на підлітків. Активна участь батьків, вчителів та інших дорослих у цьому процесі може допомогти у керуванні тривожністю, спричиненою масовими медіа. Наші висновки підкреслюють необхідність подальшого дослідження цієї теми з метою розробки ефективних стратегій для зменшення негативного впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків.

3. У світі, насиченому інформацією, важливо враховувати, що негативний вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків може мати широкий спектр проявів, включаючи психосоматичні реакції, порушення сну, відчуття безпорадності та низку інших психічних та емоційних проблем. Тому важливо вдосконалювати методики впливу на медійний контент, щоб забезпечити більш збалансовану та позитивну психологічну обстановку для підлітків. Крім того, необхідно активно залучати молодь до процесу створення та аналізу медійного контенту, щоб розвивати їхню критичну медіаграмотність та сприяти збалансованому сприйняттю інформації засобами масової комунікації.

4. Також важливо враховувати роль соціального середовища підлітка, оскільки взаємодія з ровесниками та оточенням може значно вплинути на сприйняття медійного контенту та реакцію на нього. Підтримка з боку друзів, родини та вчителів може виявитися важливим чинником у зменшенні впливу негативної інформації на тривожність підлітків. Додатковою складовою може бути розвиток психологічних ресурсів для ефективного управління емоціями та стресом, що можуть виникати внаслідок сприйняття медійного контенту. Такий комплексний підхід може стати основою для створення здорового інформаційного середовища для підлітків.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ТРИВОЖНІСТЬ ПІДЛІТКІВ

2.1. Організація дослідження та обґрунтування вибору діагностичних методик

Проведений теоретичний аналіз наукової літератури виявив, що вплив засобів масової інформації на розвиток тривожної сфери підлітків є вагомим, але потребує додаткового вивчення. Теоретично встановлено, що критичне мислення може знизити тривожність. З метою перевірки цього припущення було проведено експериментальне дослідження з 50 учасниками (14 – 15 років) з Шепетівського ліцею. Завдання дослідження включали підбір методів для визначення рівня тривожності та ставлення до медіа, аналіз та обробку результатів анкетування та методик, виявлення зв'язку між залежністю від інформації та тривожністю, і розробку рекомендацій.

Експериментальне дослідження, проведене нами передбачає вирішення нами низки завдань:

1. Підбрати методики для визначення наявного рівня тривожності та факторів впливу.
2. Визначити ставлення підлітків до засобів масової інформації та рівень їх проявів у житті підлітків.
3. Здійснити аналіз та інтерпретацію отриманих результатів експерименту.
4. На основі отриманих результатів розробити практичні рекомендації щодо зниження рівня тривожності підлітків .

Для виконання поставлених завдань застосовувалися такі методики:

– для визначення залежності від засобів масової інформації та до рівня їх довіри нами було розроблене авторське анкетування;

– з метою виявлення загального стилю ставлення до подій, що відбуваються у житті особистості – тест атрибутивних стилів (ТАС) Л. М. Рудіна [32];

– для швидкої оцінки та діагностики психологічного стану респондентів – методика САН (самопочуття, активність, настрої), авторства В. А. Доскіна, Н. А. Лаврентьєвої, В. Б. Шарай, М. П. Мірошникова [29];

– для оцінки тривожності – методика «Шкала ситуативної та особистісної тривожності» Ч. Д. Спілбергера, Ю. Л. Ханіна [33].

Підбір цих методик обумовлений необхідністю отримати комплексну інформацію про вплив медіа на підлітків, їхні емоції та ставлення до інформаційного потоку. Такий підхід дозволить розробити ефективні рекомендації для зниження тривожності серед підлітків. Під час експерименту використовувалися методики, спрямовані на оцінку ставлення підлітків до засобів масової інформації, їхню тривожність та емоційний стан.

1. Авторська анкета дозволила виявити місце і роль медіа у їхньому житті та рівень довіри до них. Тест атрибутивних стилів допоміг з'ясувати, як підлітки сприймають події та як це впливає на їхні емоційні реакції. Основними завданнями анкетування було: з'ясувати місце та роль засобів масової інформації, зокрема телевізійних та інтернет-ресурсів, у графіку звичного розпорядку. Скільки часу витрачається в день на перегляд стрічки новин (включаючи як новини друзів, так і глобальні події, що відбуваються у світі). Визначити рівень довіри до контенту, що надається засобами масової інформації, зокрема телепрограмами, улюбленими блогерами, як об'єктами ідеалізації порівняння і наслідування.

2. Дана методика використовується для діагностики атрибутивних стилів оптимізму, песимізму. Тест ТАС був розроблений на основі методики «Опитувальник атрибутивного стилю Е. Селігмана».

Оптимістичність людини визначається звичним способом пояснення і інтерпретації подій, що відбуваються у її житті - стилем пояснення, який починає формуватися ще у ранньому дитинстві. Стиль пояснення описується трьома основними параметрами: постійність, широта і персоналізація. Кожен з цих параметрів має прояв при поясненні як поганих, так і хороших подій. відповідно методика включає в себе шість первинних шкал:

1. **PmB** (Permanent Bad) – постійність поганого;

2. **PmG** (Permanent Good) – постійність хорошого;
3. **PvB** (Pervasiveness Bad) – широта поганого;
4. **PvG** (Pervasiveness Good) – широта хорошого;
5. **PsB** (Personalization Bad) – персоналізація поганого;
6. **PsG** (Personalization Good) – персоналізація хорошого.

На основі показників за первинними шкалами, розраховуються вторинні шкали:

7. **HoB** (Hope Bad) – коефіцієнт, що відображає силу надії в негативних і неприємних ситуаціях ($PvB+PmB$);
8. **B** (Bad) – загальний висновок ставлення до небажаних і непередбачуваних подій ($PmB+PvB+PsB$);
9. **G** (Good) – загальний бал по відношенню до бажаних позитивних подій ($PmG+PvG+PsG$);
10. **G–B** (Good-Bad) – загальний кінцевий результат.

Опитувальник включає в себе 54 питання.

3. Методика САН дозволила коротко оцінити психологічний стан респондентів, а шкала тривожності дозволила визначити рівень тривожності серед учасників дослідження.

Тест САН (Самопочуття. Активність. Настрій). Методика призначена для самоконтролю і самооцінки самопочуття, активності і настрою. Шкала САН складається з індексів (3–2–1–0–1–2–3) і розташована між тридцятьма парами слів протилежного значення, що відображують рухливість, швидкість і темп протікання функцій (активність), силу, здоров'я, стомлення (самопочуття), а також характеристики емоційного стану (настрій). Респонденту потрібно обрати і відмітити індекс, що найбільш достовірно відображає його стан у моменті обстеження. Обробляючи результати дослідження бали перераховуються в «сирі» від 1 до 7. Кількісний результат являє собою суму первинних балів за окремими категоріями (або їх середнє арифметичне). Тест складається з 30 тверджень.

4. «Шкала ситуативної та особистісної тривожності» Ч. Д. Спілбергера та Ю. Л. Ханіна. Ця методика дозволяє диференційовано вимірювати тривожність як особистісну властивість, так і як стан, пов'язаний з поточною ситуацією.

Методика «Шкала ситуативної та особистісної тривожності» Ч. Д. Спілбергера, Ю. Л. Ханіна є однією з найбільш добре вивчених та перевірених методик для вимірювання тривожності як особистісної властивості, так і як стану, пов'язаного з конкретною ситуацією. Ця методика надає можливість отримати комплексну інформацію про тривожність досліджуваної особи. Вона широко використовується у наукових дослідженнях і практиці психологічної діагностики, що підтверджує її надійність і валідність.

Для проведення тестування необхідно забезпечити наявність необхідних бланків, які містять по 20 суджень для вимірювання як особистісної, так і ситуативної тривожності. Ці бланки повинні бути чітко структуровані та містити місця для відповідей респондентів.

Респондентам надаються бланки з твердженнями, які вони повинні співвіднести зі своїм станом. Респондентам пояснюються інструкції щодо заповнення тесту, зокрема наголошується на важливості щирості та відвертості у відповідях. Проведення тестування повинно здійснюватися в спокійній та конфіденційній атмосфері, щоб респонденти могли відповідати чесно та без стресу.

Отже, організація дослідження тривожності за допомогою методики «Шкала ситуативної та особистісної тривожності» Спілбергера-Ханіна дозволить отримати об'єктивні дані про тривожність досліджуваних осіб, що є важливим етапом в психологічних дослідженнях. Загалом, дана методика містить у собі 40 тверджень.

Обрані методики доповнили одна одну, створюючи комплексний підхід до дослідження впливу медіа на емоційну сферу підлітків. Аналіз результатів дослідження дозволив виявити зв'язок між тривожністю та ставленням до інформаційного потоку, а також розробити практичні рекомендації для зниження рівня тривожності серед підлітків. Ці рекомендації можуть бути корисними для педагогів, батьків та фахівців у галузі психології для підтримки психологічного здоров'я та емоційного розвитку підлітків у сучасному інформаційному середовищі.

Вивчення тривожності є важливим аспектом психологічних досліджень, оскільки вона впливає на різні аспекти життя та добробут людини. Одним із ефективних методів дослідження тривожності є використання методик.

Нами було підбрано методичний інструментарій, що дозволить виявити наявний рівень тривожності та фактори впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків. В той же час за допомогою методу анкетування є змога визначили ставлення осіб підліткового віку до засобів масової інформації, якими формами медіа вони найбільше користуються, скільки часу проводять за переглядом стрічки новин та чи існують для них у світі медіа ідеали.

2.2. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження впливу засобів масової інформації на рівень тривожності підлітків.

Аналіз результатів анкетування на визначення залежності від інформаційного потоку, засвідчує той факт, що за допомогою анкетування ми визначили результати, які засвідчують про те, що медіа мають значний вплив на підлітків, формуючи їхні уявлення про успіх, красу, поведінку. Бажання рівнятися на медійних особистостей може бути як позитивним, так і негативним фактором. З одного боку, воно може мотивувати підлітків до саморозвитку, досягнення цілей, формування позитивних особистих якостей. З іншого боку, порівняння себе з ідеалізованими образами в медіа може призвести до зниження самооцінки, розвитку комплексів, тривожності. Необхідно проводити просвітницьку роботу з підлітками, вчити їх критично мислити, аналізувати інформацію, яку вони отримують з медіа.

З метою аналізу впливу засобів масової інформації на підлітків, нам було необхідно дізнатись, з яких каналів діти переважно отримують інформацію про те, що відбувається у їх найближчому оточенні, місті, країні та світі в цілому. Для цього використовувалось перше питання анкети.

Відповіді, зазначені респондентами, відображені на рисунку 2.2.1.



Рис. 2.2.1. Джерела інформації для підлітків

З рис.2.2.1. видно, що 96 % підлітків отримують інформацію з Інтернету (новинні сайти, соціальні мережі). Це свідчить про те, що Інтернет є основним джерелом інформації для сучасних підлітків тому, що є найдоступнішим, швидким та перевіреним методом отримання інформації.

4% Друковані ЗМІ (газети, журнали) підлітки замінили на інформацію з телебачення радіо. Це свідчить про те, що телебачення все ще залишається важливим джерелом інформації для підлітків, хоча його популярність дещо знижується.

Варто зауважити, що підлітки підтверджують факт, що час від часу все ж приділяють час телевізійним програмам і розважальним шоу, проте вони надають перевагу вже завантаженим на інтернет-платформи випускам.

Отже, спираючись на ці данні, можемо зробити висновок, що сучасні підлітки черпають інформацію загалом з соціальних мереж.



Рис.2.2.2 Частота перегляду стрічки новин

З рис.2.2.2 видно, що більшість підлітків (50%) користуються соціальними мережами щодня, 30% респондентів користуються соціальними мережами кілька разів на тиждень. 20% підлітків користуються соціальними мережами рідше.

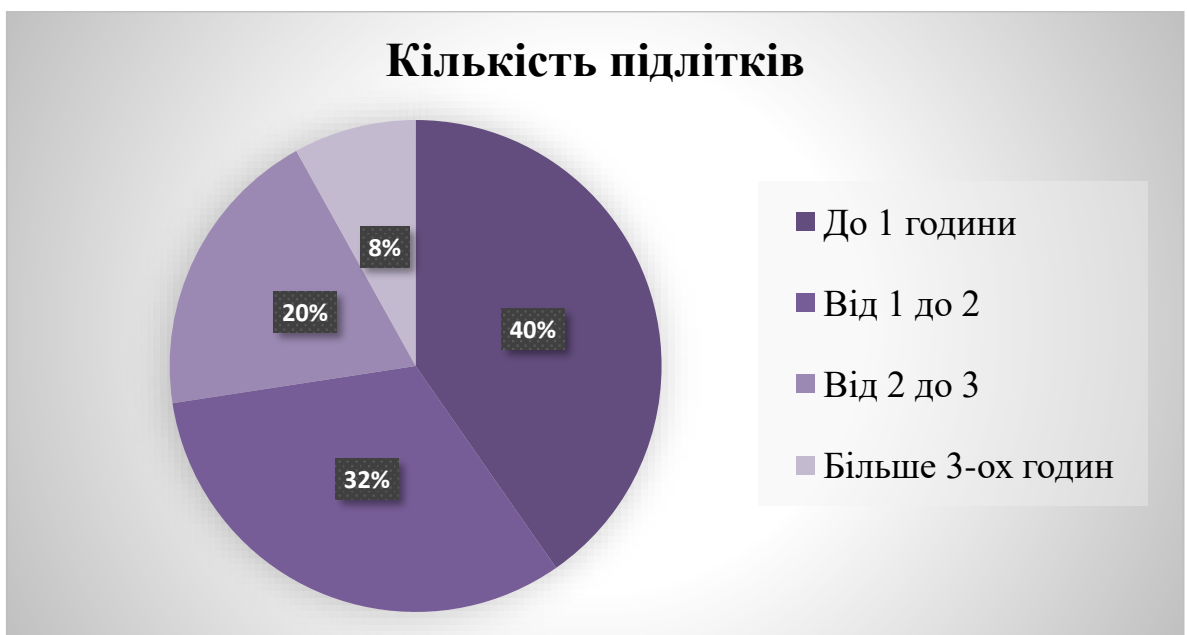


Рис.2.2.3 Час проведений за екранами гаджетів

Час, який підлітки проводять у телефоні, може значно варіюватися в залежності від різних факторів, таких як їхні інтереси, соціальні зв'язки, доступність технологій та батьківський контроль. З рис 2.2.3. видно, що більшість підлітків 40% приділяють перегляду стрічки новин до 1 години на день. 32% підлітків витрачають на це від 1 до

2 години на день. Дивляться стрічку новин 2–3 години на день 20% підлітків. 8% опитуваних приділяють цьому заняттю 3 години і більше.

Окрім вищезазначеного, перегляд стрічки новин не є значною частиною дня для більшості підлітків. Дослідження показало, що більшість підлітків (72%) витрачають на це 2 години або менше на день.



Рис.2.2.4. Час, що витрачається на перегляд новин

Читання вебсайтів є однією з популярних активностей серед підлітків у сучасному цифровому світі. Сучасна молодь, може читати вебсайти для здобуття інформації про свої інтереси, хобі, шкільні завдання або актуальні події. Багато підлітків також читають блоги та вебсайти відомих особистостей, а також відвідують соціальні мережі для отримання новин та розважального контенту.

Вебсайти можуть бути корисними для підлітків для навчання нових навичок, вивчення інформації про академічні предмети або підготовки до тестів та екзаменів. Деякі вебсайти пропонують освітні матеріали, які можуть допомогти підліткам покращити свої знання та навички в різних галузях. Тенденцію прочитання даного контенту, можна прослідкувати з рис.2.2.4.

29% респондентів прочитують вебсайти протягом 3 годин або більше. 45% респондентів читають вебсайти протягом 1 – 2 годин. Приділяють час для прочитання вебсайтів протягом 30 хвилин або менше 26% респондентів.



Рис 2.2.5 Довіра до інформації ЗМІ

Дані опитування з рис 2.2.5. показують, що 50 % підлітків частково довіряють інформації ЗМІ і це так чи інакше впливає на їх психічний стан.

30 % підлітків не довіряють ЗМІ, тому ЗМІ не наносять негативного впливу на респондентів 20% респондентів вважають, що ЗМІ впливають на їх рівень тривожності.

Результати дослідження свідчать про те, що ЗМІ мають значний вплив на життя підлітків. Більшість підлітків проводять значну кількість часу за переглядом новин, і це може призвести до підвищення рівня тривожності. Отже, підліткам рекомендується критично ставитися до інформації, що отримується з ЗМІ.



Рис.2.2.6 Чи перевіряєте ви інформацію, яка надається вам ЗМІ?», у %

З рис.2.2.6. 24% респондентів завжди перевіряють інформацію, яка надається ЗМІ. Це свідчить про те, що вони критично ставляться до інформації та не сприймають її на віру.

41% респондентів часто перевіряють інформацію. Це також свідчить про досить високий рівень критичного мислення.

29% респондентів, іноді перевіряють інформацію, яка надається ЗМІ. Це свідчить про те, що рівень медіаграмотності серед підлітків загалом є досить високим. Ця група опитуваних може бути схильна до впливу неперевіреної інформації.

6% респондентів ніколи не перевіряють інформацію. Ця група респондентів найбільш схильна до впливу маніпулятивної та неперевіреної інформації.



Рис.2.2.7 Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження впливу засобів масової інформації на рівень тривожності підлітків

З рис.2.2.7. можемо прослідкувати, що 60% підлітків хоча б іноді приміряють на себе ролі улюблених ведучих, блогерів, успішних людей. 25% роблять це досить часто.

15% респондентів, ніколи не порівнюють себе з медійними особистостями.

Важливим є також допомогти їм сформувати власні цінності та ідеали, не орієнтуючись сліпо на медійні образи. Батькам рекомендується спілкуватися з дітьми про те, що вони дивляться і читають, обговорювати з ними медійні образи, допомагати їм формувати власну думку.

Педагогам рекомендується включати в шкільні програми курси з медіаграмотності, вчити дітей критично мислити, аналізувати інформацію, яку вони отримують з медіа. Психологам рекомендується надавати допомогу підліткам, які відчувають тривожність, пов'язану з порівнянням себе з медійними особистостями.

Результати респондентів за тестом атрибутивних стилів (ТАС) Л.М. Рудіна показав, що переважаюча частина опитуваних, незважаючи на велику кількість неприємного контенту в інформаційному полі, все ще здатні утримувати щабель оптимізму рис. 2.2.8.

Кількісні показники рівня оптимізму-песимізму за методикою ТАС Л.М.Рудіна (у %)

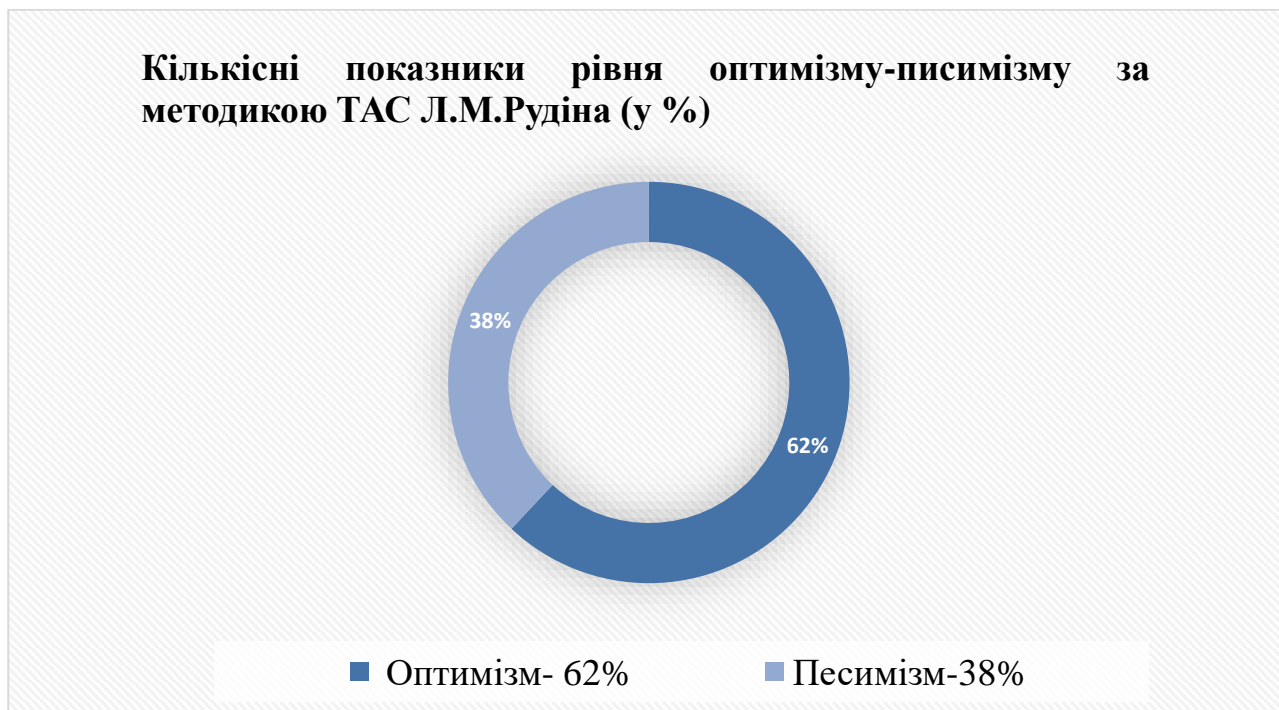


Рис. 2.2.8. Розподіл респондентів за результатами методики «Тест атрибутивних стилів» Л. М. Рудіна , у %

З рис. 2.2.8. можна підсумувати, що 62% респондентів, тобто більшій частині опитуваних підлітків притаманна оптимістична реакція на події, що відбуваються у їхньому житті. Переважна більшість підлітків схильна до тверезого оцінювання ситуації і контролю над нею. Песимістичний стиль поведінки переважає лише у третини респондентів це – 38%. Ця група підлітків схильна до драматизму, що може стати завадою при виконанні буденних задач, а будь-які позитивні моменти чи моменти вдачі вони вважатимуть випадковістю, яка, швидше за все, більше не повториться.

Результати дослідження свідчать, що, хоча підлітки стикаються з великою кількістю неприємного контенту в ЗМІ, вони все ще здатні зберігати оптимізм. Проте, ЗМІ можуть опосередковано впливати на рівень тривожності підлітків через тип контенту, час, проведений за переглядом ЗМІ, та сприйняття інформації підлітками.

Розподіл респондентів за кількісними показниками рівня самопочуття, активності, настрою за методикою САН (самопочуття, активність, настрої)

В.А. Доскіна та ін.

Показник	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Самопочуття	66%	34%	-
Активність	66%	34%	-
Настрій	64%	36%	-

Методика призначена для оперативної оцінки самопочуття, активності та настрою (перші букви цих функціональних станів і складають назву опитувальника).

З таблиці 2.1. Самопочуття: 66% респондентів описують своє самопочуття як високий рівень, 34% - як середній. Низький рівень самопочуття не був зафіксований.

Активність: 66% респондентів описують свою активність як високий рівень, 34% - як середній. Низький рівень активності не був зафіксований.

Настрій: 64% респондентів описують свій настрій як високий рівень, 36% - як середній. Низький рівень настрою не був зафіксований.

За результатами дослідження, більшість респондентів описують своє самопочуття, активність та настрої як високий рівень. Це може свідчити про те, що загалом підлітки, які брали участь у дослідженні, відчують себе добре, мають достатньо сил та енергії, а також перебувають у позитивному настрої.

Розподіл респондентів за кількісними показниками рівня ситуативної та особистісної тривожності за методикою Спілбергера-Ханіна

Рівень тривожності	Ситуативна тривожність	Особистісна тривожність
Низький	18%	28%
Середній	48%	50%
Високий	34%	22%

З таблиці 2.2 можна відзначити, що відхилення від рівня помірної тривожності вимагають особливої уваги, високий рівень занепокоєності доволі часто передбачає схильність до появи тривожності враховуючи її індивідуальні особливості та різновид діяльності. Показники такого типу характерні для осіб, чиї знання чи компетентність ставлять під сумнів. У такому випадку слід акцентувати увагу на підвищення самооцінки, переосмислення діяльності, розвиток впевненості у власному успіху та зниження значимості ситуації і завдань. У 48% опитуваних простежується середній рівень ситуативної тривожності, а особистісної тривожності у 50%, респондентів. Такий показник не є критичним, адже, знаючи, що підлітковий вік є кризовим періодом, який часто має прояви у вигляді підвищеної тривожності. У таких підлітків можуть спостерігатись виражені коливання настрою, невпевненість у собі та своїх силах. Це означає, що для цієї групи можуть бути характерні порушення концентрації уваги.

Низький рівень ситуативної тривожності нами був виявлений у 18% підлітків, а особистісної тривожності у 28% опитуваних, тобто цей рівень вимагає пробудження активності, підвищення почуття відповідальності та підвищення рівня уваги до особистісної діяльності. Як правило, продуктивність і працездатність таких підлітків не є надто низькою, проте вона може помітно знижуватись протягом дня.

Для перевірки наявності впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків нами була виконана математична обробка за допомогою t-критерія Ст'юдента. Ми порівнювали між собою дві групи впливу на ситуативну і особистісну тривожність :

- 1) вплив самопочуття, активності, настрою на ситуативну;
- 2) вплив песимізму та оптимізму.

Обравши математичну обробку за допомогою кореляційного аналізу Пірсона. Відповідно, методами математичної статистики було доведено вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків (Додаток В).

Таким чином, можна зробити підсумок, що висока самооцінка, активність і позитивний настрій є важливими факторами, які впливають на рівень як ситуативної, так і особистісної тривожності у підлітків. Низька самооцінка, пасивний спосіб життя

і негативний настрій, навпаки, підвищують рівень тривожності, роблячи підлітків більш вразливими до стресу та тривожних розладів. Розуміння цих факторів є важливим для розробки ефективних методів підтримки психічного здоров'я підлітків та запобігання тривожності.

Дослідження підтверджують, що оптимізм корелює з меншими рівнями як ситуативної, так і особистісної тривожності. Наприклад, дослідження, проведені на підлітках, показали, що оптимістичні особистості мають кращі показники психічного здоров'я і менше схильні до розвитку тривожних розладів.

Песимізм, навпаки, асоціюється з вищими рівнями тривожності та більшим ризиком розвитку депресивних і тривожних станів. Це пов'язано з негативними когнітивними стилями, які властиві песимістам, такими як фокусування на негативних аспектах ситуацій і переоцінка ризиків та загроз.

Таким чином, оптимізм і песимізм мають суттєвий вплив на рівень ситуативної і особистісної тривожності.

2.3. Практичні рекомендації щодо зниження рівня тривожності підлітків у зв'язку з впливом засобів масової інформації

Зниження рівня тривожності підлітків, пов'язаної з впливом засобів масової інформації, може бути складним завданням, але деякі практичні рекомендації можуть допомогти у розв'язанні цієї проблеми:

Засоби масової інформації (ЗМІ) мають значний вплив на підлітків і можуть сприяти підвищенню рівня тривожності через постійний потік новин, соціальних мереж, реклами і медійного контенту. Нижче наведені рекомендації щодо зниження рівня тривожності підлітків, спричиненої впливом ЗМІ:

1. Встановлення меж: Обмежте час, який підліток проводить перед екраном, включаючи час, проведений в соціальних мережах, перегляд новин та розваг. Рекомендуйте використовувати додатки для відстеження часу, проведеного перед екраном.

2. Чіткий розклад: Встановіть чіткий розклад для користування гаджетами, наприклад, не більше 1-2 годин на день, і забороняйте користування ними перед сном.
3. Вибір якісного контенту та навчання критичному мисленню: Підтримуйте розвиток критичного мислення у підлітків, щоб вони могли розрізняти надійні джерела інформації від ненадійних. Навчайте їх перевіряти факти та аналізувати контент, який вони споживають.
4. Підбір позитивного контенту: сприяйте вибору позитивного та конструктивного контенту, який надихає та мотивує, а не створює страх і тривогу.
5. Медіаграмотність: Організуйте навчальні програми з медіаграмотності, щоб підлітки могли краще розуміти, як працюють ЗМІ і як захищати себе від негативного впливу.
6. Режими дня: Розробіть разом з підлітком режим дня, де буде час для навчання, фізичної активності, хобі та соціальних контактів без гаджетів.
7. Соціальна підтримка: Заохочуйте підлітків до реального спілкування з друзями та родиною. Реальні соціальні зв'язки допомагають зменшити рівень тривожності та підвищити емоційну підтримку.
8. Сімейний час: Проведіть більше часу з підлітком без використання гаджетів, займаючись спільними справами, що зміцнюють сімейні зв'язки.
9. Регулярна активність: Залучайте підлітків до фізичної активності, яка допомагає знизити рівень тривожності та стресу. Це можуть бути спортивні секції, танці або просто прогулянки на свіжому повітрі.
10. Здоровий сон: Підтримуйте здоровий режим сну, оскільки достатня кількість якісного сну є критичною для психічного здоров'я підлітків.
11. Відкритий діалог: Створіть середовище для відкритого діалогу про те, що турбує підлітка. Надавайте підтримку і допомагайте розв'язувати проблеми, що виникають через медійний вплив.
12. Психологічна допомога: У разі необхідності звертайтеся до фахівців з психічного здоров'я. Психолог або психотерапевт може надати підлітку індивідуальну підтримку і навчити стратегій подолання тривожності.

13. Приватність і безпека: Навчіть підлітків налаштовувати приватність у соціальних мережах, щоб уникати небажаних контактів та негативного контенту.

14. Фільтри контенту: Використовуйте фільтри для блокування контенту, який може викликати тривожність або стрес.

15. Модель поведінки: Станьте для підлітка прикладом здорового використання ЗМІ. Продемонструйте, як можна критично споживати інформацію, встановлювати межі та підтримувати баланс між онлайн- і офлайн-життям.

Виконання цих рекомендацій допоможе знизити рівень тривожності підлітків, пов'язаний із впливом ЗМІ. Важливо створювати сприятливе середовище, де підлітки можуть вільно висловлювати свої почуття, отримувати підтримку і навчатися здоровим навичкам медійного споживання.

Висновки до другого розділу

У цьому розділі нами представлено результати емпіричного дослідження, спрямованого на вивчення впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків, а також їхнє ставлення до медіа та розвиток критичного мислення.

Нами було розроблено та використано методичний інструментарій для визначення рівня тривожності та супутніх факторів у підлітків. Застосування методу анкетування дозволило нам визначити ставлення підлітків до різних форм медіа, їхній час, витрачений на споживання медіа, а також існуючі медіа ідеали.

Результати нашого дослідження підтверджують важливість вивчення психологічних особливостей впливу засобів масової інформації на тривожність та розвиток критичного мислення підлітків для їхнього психологічного благополуччя та становлення особистості в суспільстві. З урахуванням швидкої заміни традиційних медіа інтернет-медіа, доступ до яких має практично кожен підліток, необхідно ретельно досліджувати вплив цих засобів на їхнє психічне становище.

Наше дослідження показало, що підлітки з високим рівнем залежності від інформаційного потоку мають вищий рівень тривожності, у порівнянні з тими, хто має меншу залежність від медіа. Також виявлено, що підлітки з низькою залежністю

від медіа мають більш оптимістичний погляд на життя, вони менш схильні до порівняння себе з медіа фігурами та мають більшу самооцінку.

Додатково, застосування методів математичної обробки дозволило нам підтвердити вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків. Висновок підтримує гіпотезу про те, що підлітки, які більш залежні від інформаційного потоку, мають вищий рівень тривожності.

Наше дослідження також підкреслює необхідність критичного мислення серед підлітків щодо інформаційного контенту, з яким вони взаємодіють, оскільки кількість доступної інформації зараз зашкалює. Важливим є вміння аналізувати та перевіряти її достовірність.

Цей розділ підкреслює значення нашого дослідження у розумінні впливу засобів масової інформації на психічне здоров'я та розвиток підлітків, а також необхідність удосконалення підходів до їхнього споживання медіа контенту.

В процесі пошукової діяльності було з'ясовано, що одним із засобів зниження тривожності та адекватного реагування на впливи засобів масової інформації виступає критичне мислення. Саме тому розвиток навичок критичного мислення в підлітковому віці сприятиме позитивному впливу на зниження тривожності підлітків. Нами були розроблені практичні рекомендації щодо оптимізації прояву тривожності.

ВИСНОВКИ

1. Здійснивши теоретичний аналіз впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків доведено, що часте споживання новин та іншого контенту, який містить негативні або тривожні повідомлення, може призвести до підвищення рівня тривожності серед підлітків. Постійне бачення негативних новин може створювати відчуття загрози та небезпеки. Використання соціальних мереж може посилити тривожність через порівняння з іншими, булінг. Ідеалізовані образи та ситуації, що часто публікуються в соцмережах, можуть знижувати самооцінку та викликати тривогу. Велика кількість інформації, доступної підліткам через різні медіа-канали, може створити інформаційне перевантаження, що ускладнює здатність обробляти та інтерпретувати інформацію, спричиняючи стрес і тривожність. Підтримка та інформування підлітків з боку батьків і вчителів можуть допомогти зменшити негативний вплив медіа. Важливо навчати підлітків медіаграмотності, щоб вони могли критично оцінювати інформацію, яку споживають.
2. Обґрунтований нами психодіагностичний інструментарій для проведення емпіричного дослідження з метою діагностики тривожності підлітків, а саме: методики «Шкала ситуативної та особистісної тривожності» Спілбергера-Ханіна нам вдалось визначити рівень ситуативної та особистісної тривожності підлітка; за допомогою методики САН (самопочуття, активність, настрої) В. А. Доскіна, вдалось провести швидку оцінку та діагностику психологічного стану респондентів; також був використаний тест атрибутивних стилів (ТАС) Л. М. Рудіна, що дав змогу оцінити загальне відношення до подій, що відбуваються в житті осіб, який погляд на світ є для них більш характерний – оптимістичний чи песимістичний; авторська анкета показала нам рівень залежності від інформаційного середовища підлітків, їх рівень довіри до засобів масової інформації.
3. За результатами обробки отриманих даних нами було доведено наявність впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків. Визначено, що

високий рівень ситуативної та особистісної тривожності, мають 17 та 11 респондентів, а середній рівень з схильністю до високого 24 та 25 осіб. Отриманні результати є передбачуваними тому, що підлітковий вік вважається переломним періодом, який досить часто проявляється у підвищеній занепокоєності. Низький рівень реактивної тривожності було виявлено у 9-ти осіб, а особистісної у 14-ти. Виявлено, що 31-ій особі властивий позитивний погляд на життєві ситуації, а песимістичний 19-тьом. Варто відзначити, що 33 підлітки мають високі показники самопочуття, активності і настрою. Низького рівня показників виявлено не було. Також, результати анкетування, довели, що високий рівень залежності від інформаційного потоку властивий лише для семи із п'ятидесяти респондентів. Середній рівень залежності виявлений у 12-ти осіб, а низький притаманний 31-ій особі. За результатами математичної обробки отриманих даних ми довели, вплив засобів масової інформації на тривожність підлітків за допомогою t-критерія Ст'юдента [24]. Визначили, що оптимізм та песимізм має вплив як на ситуативну, так і особистісну тривожність. Дослідження, проведені з підлітками, показали, що оптимісти мають кращі показники психічного здоров'я і менше схильні до розвитку тривожних розладів.

Песимісти, навпаки, схильні до вищого рівня тривожності та більшим ризиком розвитку депресивних і тривожних станів. Це пов'язано з негативними когнітивними стилями, які властиві песимістам, такими як фокусування на негативних аспектах ситуацій і переоцінка ризиків та загроз. Таким чином, оптимізм і песимізм мають суттєвий вплив на рівень ситуативної і особистісної тривожності.

4. На основі теоретичних даних та отриманих результатів емпіричного дослідження нами були розроблені практичні рекомендації для батьків, вчителів психологів та інших зацікавлених сторін з метою зниження та профілактики впливу засобів масової інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Абдюкова Н. В. Психологічні особливості соціалізації сучасного підлітка. 2010.21 с.
2. А. Мельниченко. Я Не боюсь Сказати. Київ : Фоліо 2017.С.138-142.
3. А.С.Чернега.*Матеріали наукової конференції*. Донецьк, 2017-2018.18-23с.
4. Бастун Н.Індивідуальний підхід до учнів з високою тривожністю.Київ,2004.40-43 с.
5. Винославська О.В., Бреусенко-Кузнєцов О.А., Зливков В.Л., Апішева А.Ш., Васильєва О.С : навч.посіб. Київ : Фірма "ІНКОС", 2005. 351 с .
6. Вікова та педагогічна психологія: Навч. посіб. / О.В.Скрипченко, Л.В.Долинська, З.В.Огороднійчук та ін. — К.: Просвіта, 2001.
7. Гончаренко Т. *Тривожна дитина*.2004.4-5 с.
8. Грановська О. Я. Психологічна природа самотності: причини, види, типи та специфіка проявів. Актуальні проблеми психології: Етнічна психологія. Історична психологія. Психолінгвістика.331-335 с.
9. Грачев Г.В. Особистість і суспільство: конспект лекцій.Запоріжжя.ЗНУ, 2019. 22 с.
10. Гриніна Є. С. Міжособистісні конфлікти підлітків // Науковий огляд: гуманітарні дослідження. 2013. 19-24 с.
11. Девід Кларк.Тривога і занепокоєння. Управління стресом для підлітків. Львів ,2023.48-51 с.
12. 1. Гальфар К. Всесвіт на долоні. Подорож крізь простір, час та за їхні межі. пер. з англ. Т. Цимбала. Київ,2017. 312 с .
13. Дмитренко Т.О Інтеграція загальної педагогіки й соціальної педагогіки за напрямом розвитку поняттєвого апарату / Т.О Дмитренко // Соціальна педагогіка: теорія та практика. 2008. 4-7 с.
14. Дмитро Володимирович Ланде.Положення : <http://dwl.kiev.ua/bio/> .

15. Євтухова Т. Вплив засобів масової інформації на формування особистості як культурологічна проблема. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. Київ, 2012. 32–37 с.
16. Ісаков Р.І. Агресивність делінквентних підлітків із різним ставленням до перегляду телепродукції агресивного змісту: навч. посіб. Київ, 2005. 36–37 с.
17. Костенко Н.В. Телебачення як тотальна практика і лібералізація відмінностей. Українське суспільство – 2003. Соціологічний моніторинг. – К.: ІС НАНУ, 2003. 438–451 с.
18. Крат Д. А. Вплив засобів масової інформації на розвиток особистості у підлітковому віці. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова Серія 12: Психологічні науки. Київ, 2014. 241 – 247 с.
19. Кротенко В.І. Психологічні особливості емпатії підлітків. Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2017. 193 с.
20. Лещук Г. Вплив засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків. Молодь і ринок. Вінниця, 2014. 76–81 с.
21. Ліфарева Н.В. Психологія особистості: навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2003. 45-47 с.
22. Малгожата Тарашкевич. Як підтримувати дітей у кризових ситуаціях. Порадник батькам. Київ 2022. 73-89 с.
23. Мовчан.М. Самотність як феномен буття особистості. (Монографія). Полтава 2009. 48-54 с.
24. Навчально-науковий інститут післядипломної освіти. Буковинський державний медичний університет. Розраунок t-критерія Ст'юдента: <http://fpo.bsmu.edu.ua/static/t-kryteriy-styudenta> .
25. Пересадчак О. Фактори впливу на розвиток дитячої тривожності. 2003. 6-9 с.
26. Прихоженко А. М. Психологія тривожності : дошкільного і шкільного віку. 2007. 192 с.
27. .Семенова Н.Б., Манчук А.Т. Характеристика емоційної сфери підлітків. Соціальна і клінічна психіатрія. Луцьк 2007. 15-19 с.

28. Соціальна та клінічна психіатрія.2007. 15-19 с.
29. Тест САН (Самопочуття. Активність. Настрій): <https://vseosvita.ua>
30. Фопель К. Психологія особистості.2003. 245 с.
31. Чиньона І.І. Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля.Особливості впливу тривожності на розвиток соціального інтелекту студентів. Херсон 2017.240 с.
32. .Шкала атрибутивних стилів (ТАС) Л. М. Рудіна: <http://testik.com.ua/test-atrybutyvnyh-styliv-tas-l-m-rudina/> .
33. Шкала оцінки рівня реактивної та особистісної тривожності Ч. Д. Спілберга, Ю. Л. Ханіна.Велика енциклопедія психологічних тестів. 2006. – 32–34 с.
34. Шугайло Я. Особливості впровадження педагогічної моделі подолання негативного впливу засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків Харків,2017. 23–28 с.
35. Allison E. Marchant, Laura M. Foster.Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults.Canada,2016.41-43 с.
36. Brackett, M. A. Convergent, discriminant, and incremental validity of competing measures of emotional intelligence / M. A. Brackett, J. D. Mayer //Personality and Social Psychology Bulletin. 2003. 1147-1158 с.
37. Callea, A. Are more intelligent people happier. Emotional intelligence as mediator between need for relatedness, happiness and flourishing .2019.35-37 с.
38. Carmeli, A. The relationship between emotional intelligence and psychological wellbeing. 2007.66-78 с.
39. Landa, J. M. A. Emotional Intelligence and Personality Traits as Predictors of Psychological Well-Being in Spanish Undergraduates / J. M. A. Landa, M. P. Martos, E. Lopez-Zafra.Social Behaviour & Personality: An International Journal.2010. 783-793 с.
40. Scott, D. W. Anxiety, critical thinking and information processing during and after breast biopsy. Nursing Research. – 1983. 24-28 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

АНКЕТА НА ВИЗНАЧЕННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТОКУ

1. Якими джерелами інформації Ви користуєтесь?
 - Інтернет;
 - Телебачення;
 - Друковані ЗМІ;
2. Як часто Ви переглядаєте стрічку новин?
 - Щодня;
 - Кілька разів на тиждень;
 - Рідше;
3. Скільки часу Ви проводите за екранами гаджетів?
 - До 1 годинни;
 - Від 1 до 2 годин;
 - Від 2 до 3 годин;
 - Більше 3-ох годин;
4. Скільки часу Ви витрачаєте на перегляд новин?
 - 3 години і більше;
 - Близько 1-2 один;
 - 30 хв і менше;
5. Чи довіряєте Ви ЗМІ?
 - Сильно впливає;
 - Впливає.

ТАС – ТЕСТ АТРИБУТИВНИХ СТИЛІВ Л.М. РУДІНА

Мета тесту: Діагностика вираженості оптимізму-песимізму.

Інструкція до тесту: На окремому аркуші виписуйте номери пунктів від 1 до 48. Виберіть у кожному пункті той варіант відповіді, який, на вашу думку, найбільш підходить, і запишіть цифру, що стоїть справа від обраної відповіді. Не звертайте уваги на буквенні коди. Час відповідей не обмежений. Серед відповідей немає правильних чи неправильних.

1. Якщо моя компанія вкладає кошти в розвиток нових продуктів або послуг, я:

а) Перекоаний/перекоана, що це принесе успіх і зростання (+)

б) Сумніваюсь, чи це варто ризикувати (-)

2. Під час зустрічі з потенційним клієнтом я:

а) Впевнено презентую наші можливості та переконую в перевагах нашого продукту чи послуги (+)

б) Стурбований/стурбована можливими відмовами чи невдачами (-)

3. Під час складання бюджету на маркетингові заходи я:

а) Вважаю, що інвестиції в рекламу та просування виробу допоможуть залучити нових клієнтів та збільшити продажі (+)

б) Боюся, що витрати на маркетинг можуть не окупитись (-)

4. Під час кризової ситуації на ринку я:

а) Шукаю нові можливості та стратегії, щоб вижити і навіть зростати (+)

б) Відчуваю паніку та переживаю, що це може призвести до краху бізнесу (-)

5. При вирішенні складних проблем в компанії я:

а) Вірю у свою здатність знайти оптимальне рішення (+)

б) Сумніваюся у власних здібностях та впевненості (-)

6. Під час запуску нового продукту на ринок я:

а) Вірю, що ми зможемо привернути увагу клієнтів та забезпечити йому успішний старт (+)

б) Маю сумніви щодо реакції ринку та можливості успішного впровадження нового продукту (-)

7. Коли колеги запитують мене про перспективи компанії, я:

а) Зазвичай описую позитивні можливості та перспективи розвитку (+)

б) Намагаюся бути обережним/обережною та не перебільшувати можливостей (-)

8. Під час планування майбутніх кроків для компанії я:

а) Перекоаний/перекоана, що у нас є достатньо можливостей для зростання та розвитку (+)

б) Відчуваю певні сумніви щодо можливості досягти успіху в умовах сучасного ринку (-)

9. Під час спілкування з інвесторами я:

- а) Зазвичай намагаюся вразити їх позитивними результатами та перспективами компанії (+)
- б) Відчуваю нестабільність та сумніви щодо можливого інтересу інвесторів (-)
10. Коли стикаюся зі складнощами, я:
- а) Вбачаю їх як можливості для особистого зростання та вирішення проблем (+)
- б) Відчуваю себе безсиллям та втратою надії на успіх (-)
11. Під час розгляду нових ідей у компанії я:
- а) Часто відкритий/відкрита до експериментів та новаторських рішень (+)
- б) Зазвичай боюся ризику й віддаю перевагу вже перевіреним та традиційним методам (-)
12. Коли отримую негативний відгук від клієнта чи партнера, я:
- а) Сприймаю його як можливість вдосконалити наші продукти чи послуги (+)
- б) Відчуваю себе розчарованим/розчарованою та піддаваюся песимістичним міркуванням (-)
13. Під час періодів економічної нестабільності я:
- а) Шукаю можливості для інновацій та розвитку нових ринків (+)
- б) Відчуваю тривогу та переживаю, що це може призвести до втрат та проблем для компанії (-)
14. Коли чую новини про конкурентів, я:
- а) Реагую на них як на виклик, що стимулює до дії та підвищує конкурентоспроможність компанії (+)
- б) Відчуваю себе zagrożеною/загрозеним та переживаю, що конкуренція може призвести до втрат (-)
15. Під час обговорення стратегії компанії я:
- а) Вірю у нашу здатність досягти успіху та зберегти лідерство на ринку (+)
- б) Маю сумніви щодо наших можливостей та переживаю, що можемо втратити позиції на ринку (-)
16. Коли вибираю напрямок подальшого розвитку бізнесу, я:
- а) Орієнтуюся на можливості та потенціал ринку, вірячи у нашу здатність досягти успіху (+)
- б) Схильний/схильна думати про можливі ризики та перешкоди, що можуть виникнути на шляху розвитку (-)
17. Під час переговорів з партнерами чи постачальниками я:
- а) Вважаю, що можемо досягти вигідних умов співпраці та досягти успіху (+)
- б) Відчуваю сумніви та боюся, що можемо поступитися у переговорах (-)
18. Коли стикаюся зі складним завданням, я:
- а) Вбачаю у ньому можливість для власного особистого зростання та розвитку (+)
- б) Відчуваю себе безпомічним/безпомічною та переживаю, що не зможу впоратися з ним (-)
19. Під час оцінки ризиків та можливостей на ринку я:
- а) Бачу переваги та можливості, що впливають з поточних тенденцій та ситуації на ринку (+)

б) Схильний/схильна побачити загрози та негативні аспекти, що можуть вплинути на успішність бізнесу (-)

20. Коли планує розвиток особистого бізнесу, я:

а) Вважаю, що можу досягти поставлених цілей та забезпечити успіх свого підприємства (+)

б) Відчуваю сумніви щодо своїх можливостей та переживаю, що можу зазнати невдачі (-)

21. Під час обговорення нових ідей з колегами я:

а) Зазвичай підтримую новаторські підходи та шукаю можливості для їх впровадження (+)

б) Маю схильність до обережності та перевірених методів, уникаючи ризиків нових ініціатив (-)

22. Коли зустрічаюся з труднощами в роботі, я:

а) Вбачаю їх як можливість для власного зростання та вдосконалення навичок (+)

б) Схильний/схильна засмучуватися та відчувати втрату мотивації у вирішенні проблем (-)

23. Під час аналізу конкурентного середовища я:

а) Підкреслюю наші переваги та можливості на фоні конкурентів (+)

б) Надаю перевагу аналізу загроз та недоліків конкурентів, щоб уникнути ризиків (-)

24. Коли відкладаються плани або досягнення цілей, я:

а) Вважаю це за тимчасову перешкоду та шукаю шляхи її подолання (+)

б) Відчуваю розчарування та сумніви щодо своєї здатності досягти мети (-)

25. Під час виявлення нових можливостей на ринку я:

а) Зосереджуюся на позитивних аспектах та перевагах, які вони можуть нам принести (+)

б) Схильний/схильна вбачати загрози та негативні сторони нових можливостей (-)

26. Коли розробляю плани майбутнього розвитку компанії, я:

а) Вірю у наш потенціал досягти нових висот та здатність пристосуватися до змін (+)

б) Відчуваю сумніви та невпевненість щодо успішності вирішення питань та завдань (-)

27. Під час перегляду планів та стратегій компанії на майбутнє я:

а) Вірю в їхню ефективність та здатність допомогти нам досягти успіху (+)

б) Маю сумніви щодо відповідності планів реальним можливостям та перспективам (-)

28. Коли виникають труднощі у виконанні завдань, я:

а) Приймаю їх як частину процесу та намагаюся знайти рішення (+)

б) Схильний/схильна відчувати розчарування та втрату мотивації у вирішенні проблем (-)

29. Під час важливих рішень для компанії я:

а) Впевнений/впевнена у своїй здатності приймати правильні рішення та вирішувати складні завдання (+)

б) Відчуваю страх перед можливими негативними наслідками та сумніви у власних здібностях (-)

30. Коли з'являються нові конкуренти на ринку, я:

а) Вбачаю це як стимул для удосконалення наших продуктів та послуг та підвищення конкурентоспроможності (+)

б) Відчуваю тривогу та переживаю, що це може вплинути на наші позиції на ринку та призвести до втрат (-)

31. Під час оцінки ринкової ситуації та перспектив я:

а) Вірю в можливість розвитку та знаходження нових можливостей навіть у складних умовах (+)

б) Маю схильність дивитися на ситуацію з песимістичної точки зору та переживати через можливі ризики та виклики (-)

32. Коли оточення негативно ставиться до ідей чи ініціатив, я:

а) Зосереджуюсь на своєму впевненні та вмінні переконувати інших у правильності своїх поглядів (+)

б) Відчуваю сумніви щодо своєї позиції та можливостей досягнення успіху у такому оточенні (-)

33. Під час перегляду фінансових показників компанії я:

а) Вірю в нашу здатність досягти фінансових цілей та подолати будь-які фінансові виклики (+)

б) Відчуваю тривогу щодо можливих фінансових труднощів та переживаю за майбутнє компанії (-)

34. Коли виникає необхідність приймати важливі рішення на короткотривалій основі, я:

а) Вірю в свою здатність швидко аналізувати ситуацію та приймати виважені рішення (+)

б) Відчуваю страх перед можливими негативними наслідками та сумніви у власних здібностях у таких ситуаціях (-)

35. Під час розробки маркетингових кампаній я:

а) Вірю в ефективність наших стратегій та переконаний/переконана в успіху наших маркетингових заходів (+)

б) Відчуваю сумніви щодо ефективності маркетингових заходів та можливості досягнення поставлених цілей (-)

36. Коли мають місце зміни у внутрішньому середовищі компанії (наприклад, зміна керівництва чи структури), я:

а) Бачу у цьому можливість для оновлення та покращення процесів та стратегій (+)

б) Відчуваю нестабільність та страх перед невідомим, що може вплинути на робочий процес та результативність (-)

37. Під час змін у кон'юнктурі ринку я:

а) Шукаю нові можливості та стратегії, щоб адаптуватися до змін та зберегти конкурентоспроможність (+)

б) Відчуваю невпевненість та тривогу перед невідомим майбутнім та можливими ризиками (-)

38. Коли отримую нову інформацію або знайомлюся з новими технологіями я:

а) Вірю в можливість цієї інформації чи технології забезпечити нам конкурентні переваги та успіх (+)

б) Маю схильність до сумнівів та песимістичних міркувань щодо ефективності нової інформації чи технології (-)

39. Під час оцінки розвитку ринку я:

а) Бачу у цьому можливість для збільшення обсягів продажу та розширення аудиторії (+)

б) Відчуваю сумніви щодо стійкості ринку та можливості забезпечити стабільність та зростання (-)

40. Коли маємо справу зі складною задачею, я:

а) Вважаю її за можливість для власного особистого зростання та професійного розвитку (+)

б) Відчуваю невпевненість та переживаю за можливість не впоратися з нею (-)

41. Під час взаємодії зі співробітниками чи партнерами я:

а) Вірю в нашу здатність досягти спільних цілей та вирішити будь-які проблеми (+)

б) Відчуваю сумніви щодо здатності досягти взаємопорозуміння та успіху у співпраці (-)

42. Коли ми стикаємося з невдачею в проекті чи стратегії, я:

а) Розглядаю це як можливість для вивчення помилок та покращення у майбутньому (+)

б) Відчуваю розчарування та сумніви щодо своїх здібностей та можливостей вирішення проблем (-)

43. Під час планування нових проектів чи ініціатив я:

а) Впевнено вірю в успішну реалізацію та досягнення поставлених цілей (+)

б) Маю схильність до сумнівів щодо можливості досягнення успіху та стурбованості перед можливими ризиками (-)

44. Коли потрібно вносити зміни у стратегії чи процесах компанії я:

а) Бачу у цьому можливість для покращення та розвитку (+)

б) Відчуваю страх перед невідомим та нестабільністю (-)

45. Під час обговорення проблем в компанії я:

а) Вірю у нашу здатність знайти оптимальне рішення та вирішити будь-які проблеми (+)

б) Відчуваю сумніви щодо здатності знайти вдалий вихід з складної ситуації (-)

46. Коли ми стикаємося зі змінами в законодавстві чи регулятивних вимогах, я:

а) Вбачаю у цьому можливість для адаптації та вдосконалення наших процесів (+)

б) Відчуваю невпевненість та переживаю за можливість втрати конкурентоспроможності чи навіть закриття бізнесу (-)

47. Під час зустрічей зі співробітниками чи партнерами я:

а) Вірю у позитивний результат співпраці та досягнення спільних цілей (+)

б) Відчуваю страх перед невдачею та недовіру до інших (-)

48. Коли потрібно приймати важливе рішення без достатньої інформації, я:

а) Впевнений/впевнена в своїй здатності приймати рішення на основі інтуїції та досвіду (+)

б) Відчуваю страх перед можливими наслідками та сумніви щодо правильності свого вибору (-)

Ключ до підрахунку (для основного тесту) :

1. **Вн** (час невдач) – запитання № 5, 13, 20, 21, 29, 33, 42, 46 – перевіряють, наскільки постійними. Ви вважаєте причини своїх неприємностей.

0 – 1 Ви вельми оптимістичні;

2 – 3 помірно оптимістичні ;

4 – слабкий песимізм;

5 – 6 вельми песимістичні;

7– 8 глибокий песимізм.

2. **Ву** (час успіху) - запитання № 2, 10, 14, 15, 24, 26, 38, 40 – визначають сталість у поясненні хороших подій.

7 – 8 Ви дуже оптимістично налаштовані;

6 – помірно оптимістична оцінка;

4 – 5 проміжний показник;

3 – помірний песимізм;

0 – 2 дуже песимістично.

3. **Шн** (широта невдачі) – запитання № 8, 16, 17, 18, 22, 32, 44, 48 - "просторовий песимізм" – пояснення невдачі конкретними причинами або поширення безпорадності на багато сфер діяльності.

0 – 1 дуже оптимістично;

2 – 3 помірно оптимістично;

4 – середній показник;

5– 6 помірно песимістично;

7 – 8 вельми песимістично.

4. **Шу** (широта удачі) - запитання №№ 6, 7, 28, 31, 34, 35, 37, 43 – оцінка оптимізму з позиції широти для хороших подій.

7– 8 вельми оптимістично;

6 – помірно оптимістично;

4 – 5 проміжний показник;

3– помірний песимізм;

0 – 2 вельми песимістично.

5. **Ян** (Я - невдача) – запитання № 3, 9, 19, 25, 30, 39, 41, 47 – оцінка персоналізації за поганих умов (визнання власної провини в невдачах)

0 – 1 дуже оптимістично;

2 – 3 помірний оптимізм;

4 – середній показник;

5 – 6 помірно песимістично;

7 – 8 дуже песимістично.

6. **Яу** (Я - успішність) – запитання № 1, 4, 11, 12, 23, 27, 36, 45 - персоналізація за хороших умов (констатація своїх заслуг)

0– 2 дуже песимістична оцінка;

3 помірно песимістична;

4 – 5 проміжна оцінка;

6 – помірно оптимістична оцінка;

7 – 8 дуже оптимістична оцінка.

Підсумок: **Н** = Вн (п. 1) + Шн (п. 3) + Ян (п. 6) – підсумок за несприятливими подіями **У** = Ву (п. 2) + Шу (п. 4) + Яу (п. 6) – підсумок за сприятливими подіями $\Sigma = (\text{У} - \text{Н})$ – остаточний підсумок.

Якщо сума **Н** лежить у межах:

3 – 5 (Ви винятково оптимістичні);

6 – 8 (Ви помірно оптимістичні) ;

9 – 11 проміжне значення;

12 – 14 помірний песимізм ;

Будь-яке значення, що перевищує 14, потребує обов'язкової корекції. Якщо сума **У** більша або дорівнює:

19 – Ви ставитеся до хороших подій вельми оптимістично;

17 – 19 Ваше мислення помірно оптимістичне ;

14 – 16 проміжне значення;

11 – 13 цілком песимістичне менше 10 глибокий песимізм.

Якщо $\Sigma = (\text{У} - \text{Н})$ більше:

8 – Ви вельми оптимістичні в широкому діапазоні умов;

6 – 8 Ви помірно оптимістичні;

3 – 5 проміжне значення;

0 – 2 помірний песимізм;

Менше 0 Ви дуже песимістичні.

Опитувальник САН (Самопочуття, Активність, Настрій) В.А. Доскіна і Т.А. Тайна

Тест САН, названий за початковими літерами "Самопочуття, Активність і Настрій", був розроблений співробітниками Московського Першого медичного інституту ім. І.М. Сеченова: В.А. Доскіним, Н.А. Лаврентьєвою, М.П. Мілошниковим та В.Б. Шараєм і опублікований у 1973 році. "САН призначена для вимірювання функціонального стану людини та його змін протягом певних часових інтервалів (наприклад, робочої зміни, етапів навчання та тренувань, різних періодів соціальної та медичної реабілітації). **SAN** – це бланк, на якому надруковано 30 пар слів з протилежними значеннями, що відображають різні аспекти самопочуття, активності та настрою. Щоб виміряти це, респондентів просять оцінити своє самопочуття (визначивши ступінь вираженості кожного аспекту). Шкала оцінювання представлена семибальною градацією:

Між парами слів розміщені цифри 3–2–1–0–0–0–1–2–3, і завдання досліджуваного – вибрати і відмітити ту цифру, яка найбільш точно відображає його стан під час тестування. Кожна категорія складається з 10 пар слів. Більш надійні дані можна отримати, якщо пред'являти полярні слова з однією і тією ж категоріальною ознакою 10 разів.

Мета: Виміряти рівень самопочуття, активності та настрою людини.
Інструмент: опитувальник.

Перебіг роботи:

1. Респонденту дають інструкцію про те, що він має співвіднести свій стан зі шкалою 3 –2 –1–0 –1– 2– 3 кожної пари ознак. Наприклад, між парою тверджень "Самопочуття–ХОРОШЕ" і "Самопочуття–ПОГАНЕ" розташовані цифри 3– 2– 1–0– 1–2 –3. Цифра "0" відповідає середньому самопочуттю, яке обстежуваний не може віднести ні до поганого, ні до хорошого. Одиниця, що знаходиться ліворуч від "0", відображає самопочуття – вище за середнє, а цифра три – відповідає прекрасному самопочуттю. Ті самі цифри в цьому рядку, що стоять праворуч від цифри "0", аналогічним чином характеризують самопочуття досліджуваного, якщо воно нижче середнього. Таким чином, послідовно розглядають і оцінюють кожен рядок цього опитувальника, у кожному випадку, щодо кожної пари тверджень обстежуваний здійснює свій вибір, відзначаючи необхідне значення шкали "3–2–1–0–1–2–3".

2. Під час опрацювання результатів усі оцінки перекодовують у ряд від 1 до 7, причому бал "3" шкали 3– 2–1–0– 1–2–3, що відповідає поганому самопочуттю, низькій активності та поганому настрою, набуває значення 1, бал "0" оцінюють цифрою 4, бал 3, що відображає хороше самопочуття, високу активність і гарний настрій, набуває значення 7. Підсумком аналізу результатів дослідження є сума значень балів за окремими шкалами – "самопочуття", "активність", "настрій". Проводиться розрахунок суми балів згідно з ключем до тесту.

Самопочуття – сума балів за кожне питання: 1, 2, 7, 8, 13, 14, 19, 20, 25, 26.

Активність – сума балів за питання: 3, 4, 9, 10, 15, 16, 21, 22, 27, 28.

Настрій – сума балів за питання: 5, 6, 11, 12, 17, 18, 23, 24, 29, 29, 30. 30.

Оцінка, отримана за кожною шкалою, коливається від 10 до 70 балів і дає характеристику функціонального стану індивіда в даний момент часу, за принципом:

< 30 балів – низька оцінка;

30–50 балів – середня оцінка;

>5.0 – висока оцінка;

3. Заповнюється зведена таблиця і робляться висновки про поточний рівень здоров'я, активності та настрою обстежуваного;

ДОДАТОК Д

Бланк опитувальнику САН (Самопочуття, Активність, Настрій) В.А. Доскіна і Т.А. Тайна

Самопочуття добре	3210123	Самопочуття погане
Почуваюся сильним	3210123	Почуваюся слабким
Пасивний	3210123	Активний
Малорухливий	3210123	Рухливий
Веселий	3210123	Сумний
Добрий настрій	3210123	Поганий настрій
Працездатний	3210123	Розбитий
Сповнений сил	3210123	Знесилений
Повільний	3210123	Швидкий
Бездіяльний	3210123	Діяльний
Щасливий	3210123	Нещасливий
Життєрадісний	3210123	Похмурий
Напружений	3210123	Розслаблений
Здоровий	3210123	Хворий
Байдужий	3210123	Захоплений
Спокійний	3210123	Схвильований
Захоплений	3210123	Сумовитий
Радісний	3210123	Печальний
Відпочивший	3210123	Стомлений
Свіжий	3210123	Виснажений
Сонливий	3210123	Збуджений

Бажання відпочити	3210123	Бажання працювати
Спокійний	3210123	Стурбований
Оптимістичний	3210123	Песимістичний
Витривалий	3210123	Втомлений
Бадьорий	3210123	Млявий
Думати важко	3210123	Думати легко
Розсіяний	3210123	Уважний
Сповнений сподівань	3210123	Розчарований
Задоволений	3210123	Незадоволений

Опитувальник рівня ситуативної (реактивної) тривожності (Тест Спілбергера-Ханіна)

Тест Спілбергера-Ханіна належить до методик, за допомогою яких досліджують психологічний феномен тривожності. Цей опитувальник складається з 20 висловлювань, які відносяться до тривожності як стану (стан тривожності, реактивна або ситуативна тривожність) і з 20 висловлювань на визначення тривожності як, особливості особистості (властивість тривожності).

Реактивна (ситуативна) тривожність - стан суб'єкта в даний момент часу, який характеризується емоціями, які суб'єктивно переживаються особою: напругою, занепокоєнням, заклопотаністю, нервозністю у цій конкретній ситуації. Цей стан виникає як емоційна реакція на екстремальну або стресову ситуацію і може бути різним за інтенсивністю та динамікою у часі.

	Ситуація	Ні, де не так	Напевно, так	Вірно	Дуже вірно
1	Я спокійний	1	2	3	4
2	Мені нічого не загрожує	1	2	3	4
3	Я почуваю себе напружено	1	2	3	4
4	Я відчуваю жаль	1	2	3	4
5	Я почуваю себе вільно	1	2	3	4
6	Я розчарований	1	2	3	4
7	Мене хвилюють можливі невдачі	1	2	3	4
8	Я відчуваю себе відпочилим	1	2	3	4
9	Я стурбований	1	2	3	4
10	Я маю відчуття внутрішнього задоволення	1	2	3	4
11	Я впевнений у собі	1	2	3	4
12	Я нервую	1	2	3	4
13	Я не знаходжу собі місця	1	2	3	4
14	Я напружений	1	2	3	4
15	Я не відчуваю замкненості	1	2	3	4

16	Я задоволений	1	2	3	4
17	Я заклопотаний	1	2	3	4
18	Я занадто збуджений мені не по собі	1	2	3	4
19	Мені радісно	1	2	3	4
20	Мені приємно	1	2	3	4

ДОДАТОК К

Індивідуальні показники респондентів за результатами анкетування на визначення рівня залежності від інформаційного потоку

№	Високий	Середній	Низький
Респондент 1			6
Респондент 2	15		
Респондент 3			6
Респондент 4			5
Респондент 5		9	
Респондент 6		10	
Респондент 7			5
Респондент 8		8	
Респондент 9			4
Респондент 10	11		
Респондент 11			5
Респондент 12	12		
Респондент 13			6
Респондент 14			6
Респондент 15		11	
Респондент 16			7
Респондент 17	12		
Респондент 18			6
Респондент 19			5
Респондент 20			7
Респондент 21			7
Респондент 22	15		
Респондент 23		10	
Респондент 24	14		
Респондент 25	14		
Респондент 26			6
Респондент 27			5
Респондент 28			5
Респондент 29			4
Респондент 30			6
Респондент 31			7
Респондент 32			4
Респондент 33			5
Респондент 34			4
Респондент 35		9	
Респондент 36		8	
Респондент 37			6

Респондент 38			5
Респондент 39		11	
Респондент 40			6
Респондент 41			5
Респондент 42			4
Респондент 43			6
Респондент 44		9	
Респондент 45		10	
Респондент 46			4
Респондент 47			5
Респондент 48		10	
Респондент 49			5
Респондент 50		8	

Індивідуальні показники респондентів за результатами методики Тест атрибутивних стилів (ТАС) Л.М. Рудина

№	Результат Оптимізм-Песимізм 3 і вище –ОПТИМІЗМ; 3 і нижче- ПЕСИМІЗМ
Респондент 1	5
Респондент 2	-1
Респондент 3	6
Респондент 4	7
Респондент 5	0
Респондент 6	2
Респондент 7	11
Респондент 8	1
Респондент 9	4
Респондент 10	-3
Респондент 11	8
Респондент 12	-1
Респондент 13	10
Респондент 14	6
Респондент 15	2
Респондент 16	7
Респондент 17	-7
Респондент 18	9
Респондент 19	4
Респондент 20	5
Респондент 21	8
Респондент 22	-2
Респондент 23	1
Респондент 24	-3
Респондент 25	-4
Респондент 26	5
Респондент 27	9
Респондент 28	8
Респондент 29	4
Респондент 30	7
Респондент 31	3
Респондент 32	4
Респондент 33	7
Респондент 34	9
Респондент 35	2
Респондент 36	1
Респондент 37	5

Респондент 38	7
Респондент 39	2
Респондент 40	6
Респондент 41	4
Респондент 42	8
Респондент 43	6
Респондент 44	0
Респондент 45	6
Респондент 46	7
Респондент 47	2
Респондент 48	1
Респондент 49	5
Респондент 50	1

**Індивідуальні показники респондентів за результатами методики САН
(самопочуття, активність, настрої)**

№	Самопочуття	Активність	Настрої
Респондент 1	57	64	60
Респондент 2	38	42	35
Респондент 3	67	75	65
Респондент 4	64	78	65
Респондент 5	45	51	39
Респондент 6	44	42	47
Респондент 7	68	56	65
Респондент 8	48	51	52
Респондент 9	65	55	59
Респондент 10	43	30	33
Респондент 11	59	51	49
Респондент 12	32	35	37
Респондент 13	62	55	61
Респондент 14	75	69	72
Респондент 15	48	45	37
Респондент 16	58	63	60
Респондент 17	31	33	39
Респондент 18	57	55	61
Респондент 19	65	58	61
Респондент 20	74	67	55
Респондент 21	55	56	62
Респондент 22	37	40	41
Респондент 23	51	44	48
Респондент 24	34	39	44
Респондент 25	39	38	30
Респондент 26	67	72	59
Респондент 27	56	55	62
Респондент 28	61	67	55
Респондент 29	49	55	54
Респондент 30	56	64	61
Респондент 31	52	68	64
Респондент 32	68	53	63
Респондент 33	54	62	65
Респондент 34	67	59	70
Респондент 35	47	42	49
Респондент 36	49	54	42
Респондент 37	73	64	65
Респондент 38	55	60	68

Респондент 39	54	44	52
Респондент 40	64	60	55
Респондент 41	67	59	54
Респондент 42	60	64	58
Респондент 43	65	59	53
Респондент 44	48	50	47
Респондент 45	71	59	67
Респондент 46	78	65	69
Респондент 47	50	44	47
Респондент 48	47	48	40
Респондент 49	67	76	59
Респондент 50	52	44	45

Індивідуальні показники респондентів за результатами методики Шкала ситуативної і особистісної тривожності Спілбергера-Ханіна

№	Ситуативна тривожність (СТ)	Особистісна тривожність (ОТ)
Респондент 1	38	45
Респондент 2	49	48
Респондент 3	29	37
Респондент 4	43	44
Респондент 5	38	43
Респондент 6	44	37
Респондент 7	39	30
Респондент 8	64	42
Респондент 9	27	24
Респондент 10	54	67
Респондент 11	33	41
Респондент 12	55	52
Респондент 13	24	20
Респондент 14	30	21
Респондент 15	39	34
Респондент 16	33	23
Респондент 17	49	57
Респондент 18	37	41
Респондент 19	22	44
Респондент 20	29	33
Респондент 21	18	24
Респондент 22	50	41
Респондент 23	39	45
Респондент 24	65	60
Респондент 25	52	55
Респондент 26	24	21
Респондент 27	31	27
Респондент 28	35	44
Респондент 29	48	34
Респондент 30	32	40
Респондент 31	27	33
Респондент 32	23	38
Респондент 33	31	29
Респондент 34	34	38
Респондент 35	44	50
Респондент 36	54	44
Респондент 37	25	37

Респондент 38	35	28
Респондент 39	47	52
Респондент 40	37	22
Респондент 41	28	31
Респондент 42	34	24
Респондент 43	26	28
Респондент 44	43	56
Респондент 45	39	41
Респондент 46	32	39
Респондент 47	38	44
Респондент 48	46	49
Респондент 49	41	31
Респондент 50	51	58

ДОДАТОК Л

Тривожно сті	Ви бір ка	Методика САН					
		Самопочуття (t-критерій Стьюдента- 7.067)		Активність (t-критерій Стьюдента- 5.373)		Настрій (t- критерій Стьюдента- 5.373)	
Ситуатив на тривожніс ть		Коефіцієт кореляції	Рівень значимоті	Коефіцієт кореляції	Рівень значи моті	Коефіцієт кореляції	Рівень значимоті
				-0,714	p=0,45743	-0,613	p=0,067 32
Особистіс на тривожніс ть	50	Критерій кореляції	Рівень значимоті	Критерій кореляції	Рівень значи моті	Критерій кореляції	Рівень значимоті
		-0,631	p=0,07854	0,532	p=0,006 754	-0,665	p=0,0546 02
t-критерій		5.638		4.354		6.174	

ДОДАТОК М

Тривожності	Вибір ірка	Методика ТАС					
Ситуативна тривожність	50	Оптимізм			Песимізм		
		Коефіцієнт кореляції	Рівень значимості	t-критерій Стьюдента	Коефіцієнт кореляції	Рівень значимості	t-критерій Стьюдента
		-0,24	p=0,894412	0,137	-0,568	p=0,009409	2,927
Особистісна тривожність	50	Коефіцієнт кореляції	Рівень значимості	t-критерій Стьюдента	Коефіцієнт кореляції	Рівень значимості	t-критерій Стьюдента
		-0,186	p=0,433178	0,803	0,335	p=0,125581	1.661