

ПРИКЛАДНА ПСИХОЛОГІЯ. ПРОФЕСІЙНА Й ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.9:159.928:37.016:316.77:17.023

DOI <https://doi.org/10.32782/2709-3093/2025.2/09>

Андрущенко Т.В.

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

Зеленін В.В.

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

Розова Т.М.

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

ЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕДІАПСИХОЛОГІЇ ТА МЕДІАОСВІТИ В СИСТЕМІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СЛУЖБИ

Дана стаття присвячена актуальному питанню щодо визначення етичних аспектів медіапсихології та медіаосвіти в системі психологічної служби. Основною задачею роботи системи психологічної служби є забезпечення ефективної психологічної допомоги та підтримці населення. Зазначено, що психологи несуть професійну та етичну відповідальність за захист своїх клієнтів та їх особистих даних. Наявність компромісу між правами й обов'язками або свободою користувачів і безпекою створює етичні проблеми (наприклад, визначення того, що вважається мовою ненависті), які вимагають формулювання комплексного та спільного погляду на цінності спільноти соціальних мереж.

Соціальні медіа є невіддільною частиною повсякденного життя людини. Медіаресурси мають як позитивний, так і негативний вплив. Отже, оскільки позитивні аспекти залежать від тих самих механізмів, що використовуються загрозами, необхідно чітко визначати спільні принципи громади. Ці принципи стануть основою для визначення конкретної міри загального впливу соціальних медіа на громаду на індивідуальному та суспільному рівнях, тобто для вимірювання бажаності або колективного добробуту певного стану медіапростору. Вони включають індивідуальне благополуччя членів громади, включаючи різноманітні сфери, такі як фізичне та психічне здоров'я, часто наголошуючи на наявності позитивних умов.

В роботі було визначено загрози в соціальних мережах, а саме, знущання (кібербулінг і кіберненависть), залежність, стереотипи краси та моди, дискримінація, емоційне навантаження, фейкові навини та дезінформація, переслідування, залякування та інші. Науковці зазначають на необхідності медіаосвіти населення, створення програми профілактики та втручання щодо відповідального та безпечного користування медіаресурсами. Медіаосвіта спрямована на захист суспільної моралі й людської гідності, протистойть жорстокості та різним формам насильства, сприяє утвердженню загальнолюдських цінностей.

Отже, важливим в системі психологічної служби є дотримання етичних принципів і етичних підходів до прийняття рішень, щоб керувати відповідальною поведінкою в процесах медіапсихології та медіаосвіти.

Ключові слова: психологія, освіта, етичні аспекти медіа, особистість, відносини, система психологічної служби.

Постановка проблеми. Життя сучасної людини наповнено великою кількістю інформації та стрімким розвитком різноманітних медіаресурсів. Саме соціальні медіа стали невіддільною

частиною взаємодії в суспільстві. Про їх позитивний вплив можна говорити багато, але вони мають і негативний вплив. Протягом останніх років неодноразово висвітлювалися деякі серйозні нега-

тивні наслідки соціальних медіа, вказуючи на різноманітні загрози суспільству та його більш вразливим членам, зокрема підліткам, починаючи від широко обговорюваних проблем, таких як цифрова залежність і поляризація, до маніпулятивного впливу алгоритмів і далі до проблем, більш специфічних для підлітків (наприклад, стереотипне формування тіла). Вплив соціальних мереж, як на індивідуальному, так і на суспільному рівні, характеризується складною взаємодією користувачів з інтелектуальними компонентами платформи [15].

Інтернет перетворився на всюдисуще та незмінне цифрове середовище, у якому люди спілкуються, шукають інформацію та приймають рішення. Попри різноманітні переваги, онлайн-середовища також рясніють інтелектуальними, високоадаптивними архітектурами вибору, розробленими в основному для максимізації комерційних інтересів, захоплення та підтримки уваги користувачів, монетизації даних користувачів, а також прогнозування та впливу на майбутню поведінку. Цей онлайн-ландшафт має численні негативні наслідки для суспільства, такі як зниження людської автономії, зростання некультурності в онлайн-розмовах, сприяння політичному екстремізму та поширення дезінформації. Одним зі способів усунути цей дисбаланс є втручання, які дають користувачам Інтернету можливість отримати певний контроль над своїм цифровим середовищем, частково шляхом підвищення їх інформаційної грамотності та когнітивної стійкості до маніпуляцій [9, 12, 15].

Психологічна наука може інформувати про втручання (підштовхування, технокогнітивність і стимулювання), щоб протистояти цим викликам цифрового світу. Стимулювання – це ті, що спрямовані на посилення свободи волі людей у їх цифровому середовищі (наприклад, самопідштовхування, навмисне ігнорування) і ті, які спрямовані на підвищення компетенції міркування та стійкості до маніпуляцій (наприклад, прості засоби для прийняття рішень, щеплення). Ці когнітивні інструменти створені для сприяння ввічливості онлайн-дискурсу та захисту розуму та людської автономії від маніпулятивних способів вибору, методів привернення уваги та поширення неправдивої інформації [12].

Враховуючи вибух соціальних медіа, особливо платформ, які підтримують короткі, розважальні та різноманітно інформативні відеокліпи, опубліковані низкою впливових людей, починаючи від сумлінних ліцензованих професіоналів, дослід-

ників, комерційних інтересів і випадкових непідготовлених плакатів, які діляться пристрасним особистим досвідом, розробка чітких етичних принципів, яких повинні дотримуватися фахівці та організації, є надзвичайно важливою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор в яких розглядають цю проблему і підходи до її розв'язання. В сучасній науковій літературі представлена велика кількість досліджень щодо вивчення соціальних медіа, які є невіддільною частиною повсякденного життя людини Д. Огнібене (D. Ognibene), Г. Фулантеллі (G. Fulantelli), Л. А. Найдьонова, М. Нувенс (M. Nouwens), Г. Каппелло (G. Cappello), Х. Ху (X. Hu), Ю.К. Сонг (Y. Q. Song), Я. Р. Саура (J. R. Saura) та ін. Вивченню позитивного та негативного впливу медіаресурсів присвячено роботи Ю. К. Сонг (Y. Q. Song), Т. В. Андрущенко, А. Гурківська, П. Прендевіль (P. Prendeville), В. А. Кінселла та М. Н. Флемінг (M. N. Fleming, W. A. Kinsella) та ін. Тоді як науковці А. Козирева (A. Kozyreva), Б. М. Альмурад (B. M. Almourad), Д. Тайбі (D. Taibi) наголошують на важливості медіаосвіти. Водночас в науковій літературі мало досліджень, в яких висвітлюються етичні аспекти медіапсихології та медіаосвіти.

Постановка завдання. Мета роботи – визначити етичні аспекти медіапсихології та медіаосвіти в системі психологічної служби.

Виклад основного матеріалу. Одними з основних напрямків розвитку сучасного суспільства є розвиток інформаційних та комунікаційних технологій. Створюючи спеціальні інформаційні простори, різноманітні засоби масової інформації впливають на формування соціальних, моральних, художніх, естетичних цінностей особистості та мають особливе значення в період воєнного стану та повоєнного відновлення країни.

В наш час екстремальної дистанційності науковці виділяють такі медіаосвітні тренди, як здоров'язбережувальний, інформаційний патріотизм, цифровий гуманізм [4].

Здоров'язбережувальний тренд був виділений в часи пандемії та військової агресії, вимушеної дистанційної освіти. Цей тренд зберігає провідне значення й дістає додаткове наповнення – травмаінформованість, тобто зважання на реальність травматичних стресових станів і відповідна перебудова медіаспоживання для збереження психологічного добробуту як умови розвитку людського потенціалу країни. Він є основним під час війни та підвищує боєздатність, адже сила духу базується на систематичній роботі над власною ста-

більністю і працездатністю. Інформаційна безпека сьогодні вимірюється насамперед нашим здоров'ям.

Інформаційний патріотизм поєднує покоління та вказує, що війна не дитяча справа, але дає змогу відчувати єдність уз завдяки спільному для всіх українців протистоянню ворогу. Крім того, це тренд підвищує обізнаність у сфері пропаганди маніпуляцій, розкриває природу російської «зомбованості» (індоктринації), зміцнює світоглядну стійкість проти дезінформації та інформаційно-психологічних операцій на основі підсилення ідентичності й ціннісної саморегуляції, зменшує відчуття безпорадності та віктимності (відчування себе жертвою), визначає нові акценти в темі активної інформаційної безпеки.

Цифровий гуманізм – тренд, який продовжує цифрову трансформацію нашого життя на протидію всім тимчасовим викликам, що постали перед енергетичними системами; повертає усвідомлення вартісності людяності, взаємовиручки й допомоги, які дають змогу досягати небувалого; показує підпорядковану роль цифрових технологій в обслуговуванні людяності. Цифровий гуманізм разом з інформаційним патріотизмом урівноважують один одного, визначають нові акценти формування цифрових компетентностей, виправляють тенденцію відриву технічної грамотності від розвитку критичності світоглядної позиції. Цифровізація залишається потужним глобальним трендом розвитку людства, тому цей акцент є дуже важливим для розбудови конкурентоспроможності нашої країни в повоєнний період [4].

Зростання популярності мобільного Інтернету створює платформу та основу для запобігання та вирішення психологічних проблем пов'язаних із військовою агресією. Люди використовують технології для задоволення своїх психологічних і соціальних потреб. Так, більшість дітей і дорослих щодня використовують комп'ютери та Інтернет. Поширеність електронних комунікацій у різноманітних контекстах, у тому числі вдома та в школі, викликає етичні та правові занепокоєння у шкільних психологів та тих, хто працює в суміжних галузях практики, через ризики для приватного життя та конфіденційності, кордонів, компетентності та благополуччя населення [14].

Цифрове середовище створило децентралізовані, самокеровані спільноти, які пропонують нові можливості для виробництва та обміну інформацією, знаннями та культурою в різноманітних сферах, від розробки безкоштовного програмного забезпечення до онлайн-енциклопедій,

журналістських розслідувань (таких як громадянська журналістика), відеоігор і рандомних практик (таких як фандубінг і фансаббінг). Ці спільноти розвивають «культуру участі», засновану на індивідуальній свободі, автономній соціальній співпраці, різноманітності та спільному виробництві без ієрархічного управління [7].

Значною мірою соціальні медіа можуть відображати соціальну реальність і думки, цінності, емоції та психологічний стан людей. Незалежно від того, чи йдеться про певний етап життєвого циклу людини чи про психологічні проблеми, спричинені соціальними факторами, Інтернет пропонує можливість для широкого обговорення та навіть вирішення проблем через соціальні медіа. Тому соціальні медіа є ефективним способом проведення соціальної роботи, впливу на громадську думку та отримання підтримки. Сьогодні поширені громадські думки у відповідь на психологічні проблеми включають публікації на публічних сайтах, засновані на чутках, сумнівні суспільні настрої, запити з проханням про допомогу, коментарі нагляду та складні психологічні дискусії. Соціальні працівники можуть використовувати публічний діалог на платформах соціальних мереж, щоб розшифровувати чутки, поширювати правду та направляти правильні цінності та уявлення про життя та світ; вони можуть вирішити сумніви та забезпечити більш практичний доступ до повного соціального нагляду та соціальної відповідальності за психологічні травми, особливо в періоди викликів [11, 18].

Система психологічної служби в Україні є важливим елементом соціальної допомоги, яка спрямована на надання психологічної допомоги, підтримки та освіти різним верствам населення. Під час викликів війни для системи психологічної служби одним з основних питань є підтримка психологічного добробуту суспільства та запобігання негативному впливу медіа на психіку людей. При цьому слід приділяти увагу саме етичним аспектам медіапсихології та медіаосвіти. Можна виділити такі етичні аспекти:

- *Відповідальність.* При висвітленні будь-якої інформації медіа повинні дотримуватись відповідальності за достовірність цієї інформації та розуміти, що вона впливає на психічний стан аудиторії.
- *Дотримання етичних норм.* Важливо дотримуватись етичних норм при створенні контенту та наданні психологічної допомоги, особливо того, що стосується чутливих тем (наприклад, психічні захворювання, власних переживань, насильство тощо).

- *Конфіденційність і приватність.* Використання медіа для психологічної допомоги повинно передбачати дотримання етичних стандартів щодо анонімності та приватності клієнтів.

- *Психологічна безпека.* Необхідно враховувати наслідки медіаконтенту на психічне здоров'я, особливо у дітей і підлітків. Це передбачає фільтрацію контенту, який може викликати тривогу, страх або депресію. Медіа можуть сприяти формуванню здорового світогляду, пропагуючи позитивні приклади та психологічну стійкість.

- *Критичне мислення.* Необхідно навчити людей відрізняти якісний контент від маніпулятивного. Цьому сприяє формування навичок критичного сприйняття медіа.

- *Мультидисциплінарний підхід.* Ефективна медіаосвіта та медіапсихологія вимагають співпраці фахівців в галузі психології, педагогіки та медіа, що дозволяє забезпечити комплексний підхід до вирішення проблеми.

Однак зростання використання соціальних мереж як щоденної діяльності призвело до появи етичних проблем, пов'язаних з управлінням даними, якими поділяються користувачі, їх конфіденційністю, а також прийняттям рішень у цій цифровій екосистемі [17].

В реаліях українського сьогодення політична соціалізація відбувається в умовах гібридної (інформаційної та психологічної) війни. При цьому процес соціалізації враховує, як індивід реагує на інформаційні атаки, спеціальні інформаційні операції, інформаційно-психологічні операції та акти зовнішньої інформаційної агресії як основні форми ведення інформаційно-психологічної війни. Одними з ефективних способів інформаційних атак було визначено дезінформацію, залякування, схематизацію, знущення, вклинювання, фальсифікація.

- *Дезінформація* – надання неправдивої закамуюльованої під достовірну інформацію, що має на меті введення аудиторії в оману.

- *Залякування* – транслювання негативно забарвленої інформації загрозливого характеру, що сприятиме порушенню душевної рівноваги та формуванню тривожних або панічних настроїв в суспільстві.

- *Схематизація* – графічно-кількісне висвітлення даних в доступному для представників цільової аудиторії (яскраво-наочному) форматі.

- *Глузування або знущення* – прагнення виставити супротивника або його потенційних можливостей в комічному світлі.

- *Вклинювання* – нівелювання інформаційних повідомлень супротивника шляхом додавання до них певної (своїєї) інформації та корекції повідомлення в потрібному для себе руслі.

- *Фальсифікація* – свідомо підробка (мейкинг чи фабрикація), використання мультимедійного контенту одних подій для того, щоб видати їх за інші. Підміна справжніх подій оманливими (фейки, вигадані факти, напівправа тощо) [1].

Сучасні засоби масової інформації (преса, радіо, телебачення, інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи пісень, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, наочна реклама, соціальні медіа, блоги та ін.) використовуються як інструменти, канали і провідники психологічного впливу політичної пропаганди мають як позитивний, так і негативний вплив [1, 5]. Тоді як простори впливу пропаганди включають: світовий, міждержавний, внутрішньодержавний, міжгруповий, між особистістю та групою, міжособистісний, внутрішньо-особистісний.

Послідовність форматів системного політико-психологічного впливу на маси зазвичай здійснюється як інтегрально-циклічна структура, де політичний маркетинг, позиціонування, політична реклама, PR (public relations), пропаганда та агітація послідовно поєднуються в єдине «коло впливу» [1].

Політична пропаганда визначається інструментом сучасного світу, який використовується з метою досягнення різних цілей, таких як ведення когнітивних воєн, збереження статус-кво політичною елітою або мобілізація активної меншості [3]. Основне соціальне призначення пропаганди – формування в мас когерентної інтерпретаційної системи сприйняття усіх видів реальності: фізичної, психологічної, соціальної та віртуальної [1]. Також визначено, що політична пропаганда – це свідоме поширення інформації, ідей та цінностей, які спрямовані на формування певної політичної думки серед населення, мета якої полягає в формуванні громадської думки, підтримки або дискредитації політичних сил, мобілізації населення на дії [5]. Пропаганда є неодмінною складовою та специфічною формою суспільно-політичної діяльності та має на меті ідеологічного впливу. Для ефективно політичної пропаганди застосовуються певні методи та техніки, такі як емоційна маніпуляція, повторення ключових повідомлень, використання символів та стереотипів, а також апеляція до групових емоцій [2]. Крім того, важливими є етичні аспекти, оскільки вони впли-

вають на спосіб, у який інформація подається, сприймається та використовується [5].

Найчастіше маніпулювання інформацією як системи способу впливу на людську свідомість і несвідоме використовується з метою обману, навмисного перекручування дійсності, впровадження у свідомість ілюзорних уявлень про той чи інший сегмент дійсності, приховування правди, справжніх цілей, учинків, дій. Цей прийом найчастіше використовується у політичній і рекламній сферах і підконтрольній їм засобам інформації.

Своєю чергою, маніпулювання масовою свідомістю в політиці передбачає програмування структури думок і прагнень людей, керування їх настроями та психічними станами з метою забезпечення такої поведінки, яка необхідна суб'єкту маніпуляції, що здійснює пропагандистський вплив, переслідуючи свої (часто приховані від суспільства) корисливі цілі [1, 2, 3].

Політична пропаганда як психолінгвістичний феномен передбачає здійснення маніпуляції інформацією за допомогою трьох стратегій: узагальнення, видалення, викривлення. В контексті інформаційного забезпечення військового зіткнення (війни) створюються наративи, що мають пропагувати певну ангажовану інтерпретацію подій – версію однієї сторони конфлікту. Інакше кажучи, психологічна реакція користувача медіаконтенту залежна від того, які знаки та концепти будуть приписані об'єктам та подіям реальної дійсності, трансльованим у медіа. Сучасний міфодизайн дозволяє не тільки державним інститутам, але й окремим групам людей створювати та розповсюджувати в медіа надпотужні медіанаративи, здатні ідеологічно налаштовувати маси [1].

Своєю чергою гібридний інформаційно-психологічний вплив передбачає навмисне штучне поєднання «непоєднуваних» для масової свідомості світоглядно-ідеологічних компонентів задля вирішення актуальних військово-політичних завдань. Прикладами такого схрещування можна вважати:

- поєднання (схрещування) військових та цивільних (невійськових й нецивільних) формувань для ведення інформаційно-терористичної діяльності у фізичному та медіапросторі;
- позиціонування представниками держави-агресора та псевдодержавних утворень водночас своєї причетності та непричетності до військових дій;
- перманентна демонстрація подвійних (чи, навіть, потрійних) стандартів при оцінці ситуації, постійна підміна понять й перекручування фактів;

- впровадження в масову свідомість шизофреногенних шаблонів мислення навіюваних масовим гіпнозом (сугестією).

Для ведення гібридної війни сучасні ідеологи, пропагандисти й міфодизайнери «схрещують» дуже далекі одна від одної ідеї, щоб результат такого схрещення виконував актуальні тактичні й стратегічні задачі інформаційної боротьби [1].

Структура ідеологічного апарату державотворення передбачає наявність пропагандистів різного кваліфікаційного рівня та спеціалізації (ідеологи, міфодизайнери, працівники агітаційно-пропагандистського апарату, медіаменеджери, експерти, лідери думок та медіафігури, активісти та прибічники (симпатики) різних громадських та політичних сил). А є ще пересічні користувачі соціальних мереж та споживачі (глядачі, слухачі) традиційних ЗМІ, що регулярно чи час від часу беруть участь у формальній або неформальній комунікації, ідеологічному дискурсі (наживо чи в соціальних мережах), так само сприяють (переважно, позасвідомо) розповсюдженню тих чи інших думок та ідей політичного характеру. Їх у суспільстві – переважна більшість. Вони – ідеологічно проактивна частина електорату. Саме їх повсякденна вербальна діяльність спрямовує, врешті решт, кристалізацію суспільної думки мас в той чи інший бік [1, 2].

Дуже важливо, щоб спеціалісти були обізнані про потенційні переваги та ризики, пов'язані з використанням медіа. Потенційні етичні проблеми включають ненавмисне саморозголошення, ненавмисне використання особистої інформації, керування запитами в соціальних мережах і пошук інформації про клієнтів в Інтернеті без їх явної інформованої згоди. Були виявлені етичні проблеми щодо погано сприятливих практик інформованої згоди, які використовуються педагогічними психологами [8, 16].

Медіа мають переваги своєчасності та інтерактивності, що збагачує зміст і підвищує ефективність морального виховання в коледжах та університетах, розвиток нових медіа певною мірою сприяв розвитку психологічного супроводу однолітків і полегшив психологічну роботу для деяких студентів. Такі переваги соціальних медіа для студентських груп у вирішенні психологічних проблем. Медіа створюють «демократичний» дискурс, який допомагає швидко вивільнити негативні емоції аудиторії, пом'якшити соціальні конфлікти та сприяти гармонії [18].

В Інтернеті, незалежно від того, чи отримують люди доступ до інформації через пошукові сис-

теми чи соціальні медіа, їх доступ регулюється алгоритмами та вибором дизайну, зробленим корпораціями в гонитві за прибутками та з незначною прозорістю чи громадським наглядом. Технологічні компанії накопичили безпрецедентні ресурси та контроль над даними людей і доступом до інформації, та можуть проводити неетичні операції з даними [12]. Доступ до управління даними за допомогою нових технологій може допомогти деяким групам маніпулювати суспільством/користувачами для прийняття рішень на основі економічних і бізнес-факторів, а не соціальних [17]. Упорядкування контенту, який показують користувачам у соціальних мережах, є результатом аналізу їх звичок за допомогою алгоритмів, які структурують контент, щоб зробити його більш привабливим.

У цьому контексті технологічні компанії розроблятимуть стратегії, засновані на психології, спрямовані на збільшення використання технологій людьми з кінцевою метою підвищення економічної вигоди цих компаній. Загалом, основною метою платформи соціальних медіа є підвищення активності користувачів для отримання більшої кількості даних. У цифровій екосистемі дані стануть новою валютою для бізнесу та компаній [10, 17]. Ще один загрози, який межує з маніпуляцією, є приховані налаштування за замовчуванням. Приховані параметри за замовчуванням є особливо серйозною проблемою, оскільки вони обманом змушують людей прийняти налаштування, не усвідомлюючи повністю (якщо взагалі) наслідки. Наприклад, онлайн-платформи часто розроблені таким чином, щоб ускладнити припинення персоналізованої реклами або вибрати параметри, що сприяють конфіденційності. Налаштування за замовчуванням також можуть призвести до того, що користувачі мимовільно надають конфіденційні дані, включаючи інформацію про місцеперебування, яка може бути використана для визначення таких атрибутів, як дохід або етнічна приналежність [14].

Це призвело до виникнення складних загроз із широким діапазоном важливих етичних проблем, як-от збереження свободи слова та надання користувачам можливості бути колективно задоволеними, вирішуючи конфлікти, породжені їх різними думками та протилежними інтересами. Приклади загроз, пов'язаних із контентом, включають токсичний контент, фейкові новини/дезінформацію, стереотипи краси та залякування. Враховуючи важливість цих загроз, різноманітні дослідження зосереджені на розробці спеціалізо-

ваних систем виявлення медіазагроз [12]. Вони посилюються складною динамікою інформації в соціальних мережах завдяки взаємодії між безліччю користувачів і інтелектуальними штучними системами. Критичними випадками є повсюдне поширення фейкових новин і упередженого контенту, а також зростаюча тенденція до практики ненависті [15].

Динаміка соціальних медіа, спричинена розширеною та швидкою взаємодією між їх алгоритмами, спільними соціальними тенденціями та інтересами зацікавлених сторін, також може бути джерелом загроз. Ці фактори можуть посилити прийняття токсичних переконань, зробити думку користувачів соціальних мереж сприйнятливою до таких явищ, як розповсюдження ненависті, і спричинити масові спалахи фейкових новин.

Платформи соціальних медіа активно використовуються для поширення фейкових новин, щоб ввести громадськість в оману в політичних цілях. У численних роботах стверджується, що люди, які користуються соціальними медіа, швидше за все шукатимуть інформацію від людей, які дотримуються схожих з ними думок. Людина повинна соціалізуватися, щоб змінити свою поведінку, щоб відповідати певній соціальній групі. Користувачі соціальних медіа можуть подавати факти, щоб отримати суспільне визнання та покращити свій імідж через бажання покращити себе, що ускладнює для них розрізнення між точною та неправдивою інформацією. Дослідження показують, що стосуються конкретних людей або впливових осіб на платформах соціальних мереж. Конфлікти між інтересами членів створюють серйозні етичні проблеми [13].

Використання соціальних медіа демонструє багато нейрокогнітивних характеристик (наприклад, наявність імпульсивності), типових для поведінкової залежності. Ця загроза, названа цифровою залежністю, має кілька шкідливих наслідків, таких як несвідомі та поспішні дії. Деякі з них особливо актуальні для підлітків, що впливає на їх успішність у школі та настрої. За останні кілька років виявилося, що розпізнавання залежності від соціальних медіа не може ґрунтуватися лише на критерії «часу підключення», а й на тому, як люди поведуться [6].

Підлітки – це група, яка особливо страждає від численних загроз у медіапросторі. Загрози в соціальних мережах, які конкретно стосуються вразливої групи підлітків, це знущання (кібербулінг і кіберненависть), залежність, стереотипи краси та моди, дискримінація, емоційне навантаження,

фейкові навіни та дезінформація, переслідування, залякування та інші. Науковці зазначають на необхідності створення програми профілактики та втручання щодо відповідального та безпечного користування соціальними медіа, які мають стосуватися як питань кіберзалякування, так і проблем кіберненависті, оскільки вони мають багато спільних факторів, а також наслідків для добробуту підлітків [9].

Нарешті, брак цифрової грамотності, поширений серед підлітків, може значною мірою сприяти посиленню інших загроз, наприклад, сприяючи поширенню загроз, пов'язаних із контентом, і залученню до токсичної динаміки. Підлітки надмірно покладаються на алгоритмічні рекомендації та не усвідомлюють мимовільного використання небезпечного вмісту. Таким чином, зменшується їх здатність самостійно робити вибір і все більше відхиляється до небезпечної поведінки.

Науковцями встановлено позитивний вплив навчання медіаграмотності на здатність молодих людей оцінювати точність новин і розрізняти доказові та неправдиві твердження в онлайн-дописах. Формальна освіта таким навичкам стає дедалі важливішою, але вона також є повільною та трудомісткою та навряд чи залучить людей похилого віку. Тому ідея простих засобів прийняття рішень для цифрової інформаційної грамотності полягає в тому, щоб доповнити освітні програми, забезпечуючи людей (молодих і дорослих) простими стратегіями та допоміжними засобами прийняття рішень, які можуть допомогти оцінити інформацію, отриману із медіапростору [12].

Розповідні сценарії допомагають підвищити обізнаність користувачів про загрози та навчати учнів протистояти ним. Вони являють собою послідовності адаптивних навчальних завдань, які забезпечують належний рівень освітніх каркасів для індивідів у розвитку навичок критичного мислення, включаючи обізнаність (сприйняття перспективи, мотивацію, зовнішнє мислення, емпатію та відповідальність) шляхом взаємодії з наративами, контроповідями та однолітками. Ці завдання можуть бути різними видами діяльності, включаючи вільний роумінг всередині платформи, роумінг під керівництвом за розповіддю, вікторини, мінігри або участь у групових завданнях. Залежно від виявленої поведінки учнів можуть бути викликані різні контрнаративи.

Медіаосвіта – це частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою

мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Одним із пріоритетних напрямків медіаосвіти в психологічній службі є збереження морально-етичних цінностей. Медіаосвіта спрямована на захист суспільної моралі й людської гідності, вона протистоїть жорстокості та різним формам насильства, сприяє утвердженню загальнолюдських цінностей, зокрема ціннісному ставленню особи до людей, суспільства, природи, мистецтва, праці та самої себе.

Традиційні підходи до медіаграмотності ґрунтувалися на ідеї, що медіа негативно впливають на дітей. Тому необхідно було «імунізувати» молодь, щоб вона могла протистояти такому негативному впливу. З розвитком медіаекосистеми зростала й медіаграмотність. З метою протиставлення загроз у соціальних мережах країн запровадили освітні ініціативи для підвищення обізнаності студентів щодо виявлення фейкових новин і оманливої інформації в Інтернеті. Ці освітні заходи спрямовані на те, щоб допомогти користувачам соціальних медіа прийняти правильне рішення та навчити їх навичкам, необхідним для досягнення цього. Стратегії, розроблені в контексті поведінкових і когнітивних наук, пропонують добре обґрунтовану основу для вирішення цієї проблеми.

Реформи в системі освіти повинні забезпечити впровадження нових підходів, форм та методів навчання та розвитку. Це може задовольнити потреби особистого розвитку і сприяти розкриттю талантів, духовно-емоційних, психічних та фізичних навичок як під час, так і після війни. Актуальність розроблення засобів інтенсифікації масового впровадження медіаосвіти в Україні зумовлена викликами цивілізації й поточною соціально-психологічною ситуацією. Так, необхідно подолати виклик та руйнівний інформаційний ефект у медіа внаслідок гібридних війн (фактичні бойові, інформаційні та психологічні операції для соціальних маніпуляцій), медіатравматизацію, включаючи дітей, вимушених переселенців та інших груп ризику, а також вплив гібридної/інформаційної війни як медіатравми широкої аудиторії традиційних і новітніх медіа [1, 4, 15].

Критичне мислення під час медіаосвіти сприяє формуванню психічної стійкості, об'єктивному погляду на ідеї, рішення і вчинки, дозволяє визначати встановлювати правдивість фактів і припу-

щень, спираючись на логіку і причинно-наслідкові зв'язки [4].

Для успішного розвитку та формування медіаграмотності в системі психологічної служби було виділено такі підходи [12]:

- Контролюйте та організовуйте своє цифрове середовище. Адаптуйте його до своїх цілей.
- Навчіться ігнорувати та фільтрувати несуттєву та оманливу інформацію.
- Виробіть звичку використовувати прості правила конфіденційності даних та інформаційної грамотності.
- Захистіть себе від найпоширеніших і небезпечних типів маніпуляцій і дезінформації.

В рамках допомоги психологічної служби були розроблені спеціальні навчальні заходи, спрямовані на навчання людей навичкам, які допомагають їм приймати здорові рішення, наприклад, вибирати/читати/довіряти статтям з авторитетних ресурсів, а не тим, що відображають (можливо, екстремальні) індивідуальні думки. платформу, спеціально розроблену для підтримки розвитку компетенцій, пов'язаних з інформаційною грамотністю та даними [19]. Медіаосвіта повинна проводитись в таких формах: дошкільна, шкільна, позашкільна, медіаосвіта у вищій школі, батьківська медіаосвіта, медіаосвіта дорослих і, окремо, неформальна медіаосвіта дітей і дорослих.

Медіаосвіта спрямована на захист суспільної моралі й людської гідності, протистоїть жорсто-

кості та різним формам насильства, сприяє утвердженню загальнолюдських цінностей, зокрема ціннісному ставленню особистості до суспільства і держави, до людей, природи, мистецтва, праці та самої себе.

Висновки. Важливим в системі психологічної служби є дотримання етичних принципів і етичних підходів до прийняття рішень, щоб керувати відповідальною поведінкою в процесах медіапсихології та медіаосвіти. Соціальні медіа сприяють добробуту, підвищуючи рівень соціальних зв'язків населення. Однак добробут спільноти, і особливо добробут підлітків, є вразливим до загроз у соціальних мережах, таких як знущання (кібербулінг і кіберненависть), залежність, стереотипи краси та моди, дискримінація, емоційне навантаження, фейкові навини та дезінформація, переслідування, залякування та інші. Підвищення медіаграмотності користувачів і громадянської позиції може протистояти більшості цих загроз. Необхідно підвищити рівень медіаосвіти населення, створення програми профілактики та втручання щодо відповідального та безпечного користування медіаресурсами. Завдяки дотриманню етичних принципів в системі психологічної служби можливо вдало розвивати медіапсихологію та медіаосвіту, що допоможе ефективному формуванню здорового середовища для індивіда та суспільства в цілому.

Список літератури:

1. Андрущенко Т.В., Зеленін В.В. Психологія політичної пропаганди. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. 89 с.
2. Андрущенко Т.В., Зеленін В.В. Психологія політичної пропаганди. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. – 3-тє видання, виправлене та доповнене. К.: «Гнозис», 2024. 100 с.
3. Гурківська А. (Концептуалізація поняття «політична пропаганда»). Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. Студії. 2021. № 35. С. 150–160. <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.35.18>.
4. Найдьонова Л.А., Вознесенська О., Дятел Н. Л., Умеренкова Н. Ф. Чаплінська Ю.С., Череповська Н. І. Інноваційні психологічні засоби розвитку медіаосвіти в умовах екстремальної дистанційності війни: методичний посібник / за наук. ред. Л. А. Найдьонової, О.Л. Вознесенської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2023. 335 с.
5. Павлов Д.М. Політична пропаганда: до визначення поняття. Гілея: науковий вісник. 2013. № 79. С. 328–331.
6. Almourad B.M., McAlaney J., Skinner T., Pleva M., Ali R. Defining digital addiction: Key features from the literature. Psihologija. 2020. Vol. 53. P. 17–17. <https://doi.org/10.2298/PSI191029017A>.
7. Cappello G., Siino M. Media education and educational commons for youth civic engagement. A case study from the Horizon 2020 project SMOOTH. Frontiers in sociology. 2023. Vol. 7. P. 1108229. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.1108229>.
8. Fleming M.N. Considerations for the ethical implementation of psychological assessment through social media via machine learning. Ethics & behavior. 2021. Vol. 31(3). P. 5181–192. <https://doi.org/10.1080/10508422.2020.1817026>.
9. Fulantelli G., Taibi D., Scifo L., Schwarze V., Eimler S.C. Cyberbullying and Cyberhate as Two Interlinked Instances of Cyber-Aggression in Adolescence: A Systematic Review. Frontiers in psychology. 2022. Vol. 13. P. 909299. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.909299>.

10. Gwiazdźński P., Gundersen A. B., Piksa M., Krysińska I., Kunst J. R., et al. Psychological interventions countering misinformation in social media: A scoping review. *Frontiers in psychiatry*. 2023. Vol. 13. P. 974782. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.974782>.
11. Hu X., Tang C., Wang D. Social Media Support and Funding Assistance for Psychological Injuries in Social Work. *Frontiers in public health*. 2022. Vol. 10. P. 796769. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.796769>.
12. Kozyreva A., Lewandowsky S., Hertwig R. Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges with Cognitive Tools. *Psychological science in the public interest: a journal of the American Psychological Society*. 2020. Vol. 21(3). P. 103–156. <https://doi.org/10.1177/1529100620946707>.
13. Munusamy S., Syasyila K., Shaari A. A. H., Pitchan M. A., Kamaluddin M. R., Jatnika R. Psychological factors contributing to the creation and dissemination of fake news among social media users: a systematic review. *BMC psychology*. 2024. Vol. 12(1). P. 673. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-02129-2>.
14. Nouwens M., Liccardi I., Veale M., Karger D., Kagal L. Dark patterns after the GDPR: Scraping consent pop-ups and demonstrating their influence. In *CHI '20: Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Association for Computing Machinery. 2020. <https://doi.org/10.1186/10.1145/3313831.3376321>.
15. Ognibene D., Wilkens R., Taibi D., Hernández-Leo D., Kruschwitz U., et al. Challenging social media threats using collective well-being-aware recommendation algorithms and an educational virtual companion. *Frontiers in artificial intelligence*. 2023. Vol. 5. P. 654930. <https://doi.org/10.3389/frai.2022.654930>.
16. Prendeville P., Kinsella W. A bioecological systems review of ethical practice in educational and school psychology. *Ethics & behavior*. 2025. Vol. 35(2). P. 129–151. <https://doi.org/10.1080/10508422.2024.2332699>.
17. Saura J. R., Palacios-Marqués D., Iturricha-Fernández A. Ethical design in social media: Assessing the main performance measurements of user online behavior modification. *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 129. P. 271–281. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.001>.
18. Song Y. Q. Exploring the model of peer counseling in colleges and universities in the context of new media. *Communication Power Research*. 2019. Vol. 34. P. 249.
19. Taibi D., Fulantelli G., Monteleone V., Schicchi D., Scifo L. “An innovative platform to promote social media literacy in school contexts,” in *ECEL 2021 20th European Conference on e-Learning* (Berlin: Academic Conferences International Limited), 2021. 460 p.

Andrushchenko T.V., Zelenin V.V., Rozova T.M. ETHICAL ASPECTS OF MEDIA PSYCHOLOGY AND MEDIA EDUCATION IN THE SYSTEM OF PSYCHOLOGICAL SERVICE

This article is devoted to the topical issue of defining the ethical aspects of media psychology and media education in the system of psychological services. The main task of the psychological service system is to provide effective psychological assistance and support to the population. It is noted that psychologists have a professional and ethical responsibility to protect their clients and their personal data. The existence of a trade-off between rights and responsibilities or user freedom and security creates ethical issues (e.g., defining what is considered hate speech) that require a comprehensive and shared view of the values of the social media community.

Social media is an integral part of people's daily lives. Media resources have both positive and negative effects. Therefore, since the positive aspects depend on the same mechanisms used by threats, it is necessary to clearly define the community's common principles. These principles will be the basis for determining a concrete measure of the overall impact of social media on the community at the individual and societal levels, i.e., for measuring the desirability or collective well-being of a certain state of the media space. They include the individual well-being of community members, including diverse areas such as physical and mental health, often emphasizing the presence of positive conditions.

The paper identifies threats on social media, namely bullying (cyberbullying and cyberhate), addiction, beauty and fashion stereotypes, discrimination, emotional stress, fake skills and disinformation, harassment, intimidation, and others. The researchers emphasize the need for media education of the population, the creation of a prevention and intervention program for the responsible and safe use of media resources. Media education is aimed at protecting public morality and human dignity, opposing cruelty and various forms of violence, and promoting universal values.

Therefore, it is important in the system of psychological service to adhere to ethical principles and ethical approaches to decision-making in order to guide responsible behavior in the processes of media psychology and media education.

Key words: *psychology, education, ethical aspects of the media, personality, relationships, system of psychological service.*