

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Західноукраїнський національний університет

Соціально-гуманітарний факультет

Кафедра правознавства і гуманітарних дисциплін ВННІЕ

ПОНЯТІВСЬКА Вікторія Олександрівна

**Психологічні механізми довіри до інформаційного контенту в мережі
Інтернет /Psychological mechanisms of trust in information content on the
internet**

спеціальність: 053 – Психологія

освітньо-професійна програма – Психологія

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи

ПСМ-22

В. О. Понятівська (Шеремета)

ТЕРНОПІЛЬ-2025

АНОТАЦІЯ

Понятівська В. О. Психологічні механізми довіри до інформаційного контенту в мережі Інтернет. – Рукопис.

Дослідження на здобуття ступеня вищої освіти «магістр» за спеціальністю 053 Психологія, освітня програма «Психологія» – Західноукраїнський національний університет. – Тернопіль, 2025.

У кваліфікаційній роботі досліджено психологічні механізми довіри до отриманої інформації в мережі Інтернет. Зокрема, вивчена довіра до інформації як когнітивна метаевристика у контексті цифровізації інформаційного довкілля, означені психологічні механізми довіри до інформації в Інтернет-комунікації, досліджена семантика інформаційно-змістового компоненту довіри до інформації в Інтернеті. Також проведено практичне вивчення особливостей прояву довіри й стратегій мережевої комунікації, дані науково-практичні рекомендації щодо підвищення інформаційної безпеки особистості.

ANNOTATION

Poniativska V. O. Psychological Mechanisms of Trust in Information Content on the Internet. – Manuscript.

A research study submitted for the Master's degree in specialty 053 Psychology, educational program Psychology – West Ukrainian National University. – Ternopil, 2025.

The qualification work investigates the psychological mechanisms underlying trust in information received on the Internet. In particular, trust in information as a cognitive metaheuristic in the context of digitalization of the information environment is studied, psychological mechanisms of trust in information in Internet communication are defined, the semantics of the information-content component of trust in information on the Internet is investigated. Also, a practical study of the features of the manifestation of trust and strategies of network communication is carried out, scientific and practical recommendations are given on increasing the information security of the individual.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОВІРИ ДО ІНФОРМАЦІЇ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ	7
1.1. Довіра до інформації як когнітивна метаевристика у контексті цифровізації інформаційного довкілля	7
1.2. Психологічні механізми довіри до Інтернету	13
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. ВИВЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОЯВУ ДОВІРИ ДО ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ	20
2.1. Семантика інформаційно-змістового компонента довіри до інформації в Інтернеті	20
2.2. Практичне вивчення особливостей прояву довіри й стратегій мережевої комунікації	25
Висновки до розділу 2	33
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ.....	35
3.1. Практичні інструменти перевірки достовірності інформації.....	35
3.2. Тренінгові програми розвитку критичного мислення у молоді.....	39
Висновки до розділу 3	47
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій, інтеграції інформаційно-комунікаційних засобів у повсякденну діяльність та глобалізації комунікаційних процесів питання довіри до інформації, отриманої з мережевих ресурсів, набуває особливої вагомості. Нині людина функціонує у надзвичайно насиченому інформаційному просторі, що провокує не лише когнітивне перенавантаження, а й виникнення складнощів в осмисленні та критичному сприйнятті повідомлень. В інформаційній екосистемі мережі Інтернет відбувається активне маніпулювання масовою свідомістю, поширення дезінформації та формування певних поведінкових установок. Забезпечення довіри до інформації є ключовим аспектом не лише для формування особистісних уявлень про реальність, а й для прийняття соціально вагомих рішень. Особливо важливим цей феномен стає для молодого покоління, що виростає у диджиталізованому доквіллі та нерідко надає пріоритет інтернет-джерелам як домінантним каналам отримання інформації. У цьому контексті зростає необхідність у виявленні психологічних механізмів довіри, які опосередковують способи впливу інформаційних джерел на особистісну сферу суб'єкта. Глибоке розуміння зазначених механізмів відкриває можливість розроблення ефективних інструментів протидії деструктивним інформаційним впливам, підвищення інформаційної грамотності населення та розвитку критичного мислення. Актуальність теми зумовлюється також потребою в науково обґрунтованій інтерпретації феномена довіри як системної характеристики особистості, яка проявляється у конкретних когнітивно-емоційних реакціях на інформаційні стимули. Вивчення психологічних механізмів довіри до інформації в мережі Інтернет дозволяє осмислити більш загальні закономірності функціонування сучасного інформаційного суспільства та визначити базові чинники, які обумовлюють формування суб'єктивної оцінки достовірності отриманих відомостей.

Стан дослідження проблематики. Теоретичне підґрунтя дослідження довіри сформовано класичними працями Р. Мізо, Н. Лумана, Е. Еріксона, які тлумачили довіру як базову категорію міжособистісної взаємодії та

фундаментальну умову соціального порядку. Психологічні аспекти довіри до інформаційних стимулів досліджувалися у працях Ю. Асеєвої, О. Камінської, В. Москаленка, Т. Стефанової, Л. Орбан, В. Посохової, Я. Шугайло та ін. [1-18]. Натомість питання психологічних механізмів довіри до інформації, отриманої саме в мережевому просторі, залишаються недостатньо розробленими, що зумовлює потребу в науковому осмисленні цієї проблеми, що спричинило актуальність даного дослідження.

Об'єкт дослідження: процеси сприйняття інформації в мережі Інтернет.

Предмет дослідження: психологічні механізми формування довіри до інформації, що отримана із мережі Інтернет.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити психологічні механізми довіри до інформації в мережевому інформаційному просторі.

Завдання дослідження:

1) вивчити питання довіри до інформації як когнітивну метаевристику в контексті цифровізації інформаційного довкілля;

2) означити психологічні механізми довіри до інформації в Інтернет-комунікації;

3) дослідити семантику інформаційно-змістового компонента довіри до інформації в Інтернеті;

4) здійснити практичне вивчення особливостей прояву довіри й стратегій мережевої комунікації та розробити рекомендації щодо підвищення інформаційної безпеки особистості.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс теоретичних та емпіричних методів. Теоретичний аналіз наукових джерел дозволив систематизувати підходи до вивчення довіри як психологічного феномена. Емпіричні методики (анкетування, тестування, факторний аналіз) дали змогу виявити провідні механізми довіри до інформації в мережі. Метод статистичної обробки результатів забезпечив об'єктивність висновків та достовірність отриманих даних. Спостереження та узагальнення дали можливість сформулювати практичні рекомендації щодо формування критичного ставлення

до інтернет-контенту.

Наукова новизна дослідження. Здійснено комплексний психодіагностичний аналіз структури механізмів довіри до інформації, отриманої в мережі Інтернет. Уточнено понятійний апарат щодо психологічної природи довіри у контексті мережевої взаємодії. Виявлено роль когнітивної компетенції та емоційної регуляції як ключових чинників довіри до інформації у цифровому просторі. Обґрунтовано типологію механізмів оцінювання достовірності повідомлень залежно від індивідуально-психологічних характеристик особистості.

Теоретичне і практичне значення дослідження. Теоретичне значення роботи полягає у розширенні наукових уявлень про феномен довіри як системної характеристики особистості в умовах цифровізації суспільства. Запропонована інтерпретація механізмів довіри може бути використана для подальшого розвитку психологічної теорії інформаційного впливу. Практичне значення полягає у можливості застосування отриманих результатів у діяльності психологів, педагогів, фахівців з медіаграмотності та інформаційної безпеки. Розроблені рекомендації можуть використовуватися для розробки освітніх програм з формування критичного мислення та навичок інформаційної гігієни. Матеріали дослідження можуть стати основою для створення тренінгових курсів, що спрямовані на підвищення здатності до критичного аналізу інтернет-контенту та зниження рівня довіри до дезінформаційних повідомлень.

Структура магістерського дослідження. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку 37 використаних літературних джерел. Загальний обсяг становить 58 сторінок, із них 54 сторінки склав основний текст. Результати дослідження відображені в двох публікаціях.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДОВІРИ ДО ІНФОРМАЦІЇ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ

1.1. Довіра до інформації як когнітивна метаевристика у контексті цифровізації інформаційного довкілля

Цифризація різних сфер життя, як професійної, так і повсякденної, призводить до того, що люди не тільки все частіше звертаються в пошуках інформації з різних питань до цифрових ресурсів, насамперед, до інтернет-ресурсів, але й до того, що інформація з цифрових джерел безвідносно наявності конкретного запиту надходить суцільним, недиференційованим потоком. У зв'язку з цим актуалізується проблема оцінки надійності і достовірності цієї інформації: якщо до недавнього часу в соціальних науках переважало ставлення до високого рівня довіри як добра, то в останні роки ця позиція була піддана переоцінці в силу небезпеки довіри до ненадійної та недостовірної інформації та масового характеру пов'язаних з ним деструкцій та поширення так званих «хибних новин» [1; 6; 23; 34]. Існуючі дослідження факторів довіри до інформації в цифровому середовищі, незважаючи на відносно немалу їх кількість, є фрагментарними і важко дозволяють зробити узагальнення, хоча б трохи виходять за межі контексту збору даних, і не утворюють загальну картину навіть у тих випадках, коли їх результати не суперечать один одному [3; 14; 25]. На наш погляд, це пояснюється відсутністю загальної концептуальної рамки, причому не лише на понятійному, а й на категоріальному рівні: проблема не лише у відсутності прийнятого експліцитного визначення довіри до інформації, а й у неясності щодо того, до якої категорії психологічних феноменів належить довіра до інформації.

Теоретичний аналіз визначень довіри, що зустрічаються в науковій літературі, дозволяє зробити висновок про те, що різні визначення відображають не лише різні підходи до розуміння довіри, але й неявно – різні способи його категоризації. Можна означити наступні варіанти трактування довіри (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Варіанти трактування довіри

Довіра як емоційний стан. Це трактування представлено, зокрема, у «Великому психологічному словнику», яка означає довіру емоційним станом, який погано піддається раціональному осмисленню та здатний ставати причиною інших емоційних станів [26].

Довіра як очікування. Це відповідає наведеному в енциклопедії психологічних термінів визначенню довіри як «очікування позитивного результату, який можна отримати з опорою на очікувані дії іншої сторони під час взаємодії, що характеризується невизначеністю» [17].

Довіра як соціальна поведінка. Це трактування простежується в даному відомим соціальним теоретиком П. Штомпокою визначенні довіри як «ставки на майбутнє, залежної від дій інших людей» На відміну від попереднього підходу тут підкреслюється не суб'єктивне уявлення про можливі дії інших людей, а об'єктивні наслідки таких дій, важливі для суб'єкта довіри, і за суб'єкта довіри.

Відповідно, довіра є певний варіант поведінки, у якому проявляється одне із можливих варіантів бачення майбутнього [див. 8].

Довіра як особистісна характеристика. Дж. Роттер поставив питання про індивідуальні відмінності в рівні довіри. Відповідно, він визначає довіру як загальну, транситуативну схильність вірити іншим як опцію за умовчанням, тобто за відсутності конкретних підстав для зворотного. У цьому сенсі довіра характеризує й не так об'єкти, скільки самого суб'єкта довіри і є відносно стійку, на думку автора, особистісну характеристику.

Довіра як атитюд. Наука визначає довіру як ставлення до різних об'єктів, які оцінюються як значні та апріорно безпечні. На відміну від усіх розглянутих вище визначень, тут враховується, що об'єктами довіри можуть бути не тільки інші люди і навіть не лише інші соціальні актори, чи то індивідуальні, чи колективні, наділені агентністю, а й інші об'єкти. У цьому сенсі, на наш погляд, довіра в тому його розумінні, яке відображено в даному визначенні, є одним з варіантів оцінки конкретного об'єкта, в даному випадку оцінки його значущості та безпеки – тобто атитюд, в якому, як впливає з його трикомпонентної структури, об'єднуються і фігурують в інших розглянутих визначеннях емоційний, поведінковий.

Розглянемо те, що з цих варіантів категоризації довіри як психологічного феномена є правомірним стосовно довіри до інформації. Варіант довіри як емоційного стану видається неправомірним, оскільки, на відміну від міжособистісної взаємодії, особливо у формі вибудовування доволі тривалих міжособистісних відносин, довіра до інформації, тобто прийняття інформації як надійної, достовірної та потенційно придатної для використання в ході прийняття рішень зовсім не обов'язково супроводжується будь-якими емоціями. Це особливо справедливо в цифровому доквіллі Інтернету, коли інформація надходить безперервним потоком і, крім особливо релевантної, не сприймається як гідна власного емоційного відгуку. Тракткування довіри як очікування є нерозповсюдженим на довіру до інформації, оскільки, як вже зазначалося, інформація, на відміну інших об'єктів довіри, не має агентності, відповідно, може призводити до формування будь-яких очікувань щодо власних дій.

Агентність, зрозуміло, має джерело інформації, проте довіра до джерела інформації не тотожна довірі до самої інформації, оскільки питання про джерело інформації виникає далеко не завжди і відображає досить високий рівень критичного мислення в цілому і критичного ставлення до конкретного повідомлення.

Крім того, в цифровому довіллі, на відміну від безпосередньої міжособистісної взаємодії, відомості про джерело (особливо про першоджерело) інформації найчастіше відсутні, або виявляються недостовірними, або досить точна і надійна оцінка їх достовірності виявляється неможливою. Настільки ж невідповідним виявляється трактування довіри як соціальної поведінки: основна частина безперервного інформаційного потоку не має прямого відношення до актуальної ситуації реципієнта цієї інформації, прийнятих ним рішень, які виявляються у виборі одного з можливих варіантів поведінки. Що стосується довіри як особистісної характеристики, результати емпіричних досліджень показують, що, по-перше, стосовно різних видів довіри йдеться не тільки про індивідуальні відмінності: велику роль відіграють соціальні норми, а також транситуативні, але надіндивідуальні; по-друге, як і стосовно інших соціально-психологічних феноменів, велику, якщо не переважну роль у формуванні довіри відіграють не диспозиційні, а ситуаційні чинники: так, жертвами кібершахрайства стають люди навіть із високим рівнем критичного мислення. Що стосується найбільш структурно складної і водночас, на наш погляд, найбільш обґрунтованої категоризації довіри як атитюду, ми вже виявили, що для довіри до інформації як емоційна, так і поведінкова складові трикомпонентної структури атитюду не є обов'язковими. Когнітивна складова, навпаки, є невід'ємною складовою довіри до інформації, причому це впливає не з визначення довіри, а з визначення самих когнітивних процесів як процесів переробки інформації. Таким чином, на підставі проведеного аналізу можна зробити висновок про те, що довіра до інформації (можливо, на відміну від інших видів довіри щодо яких існують різні позиції) є когнітивним феноменом.

Наступний крок у пошуку відповіді на питання про категоризацію довіри до інформації – з'ясувати, до якого саме з численних різновидів когнітивних

феноменів належить довіра до інформації. Для цього нам видається доцільним змінити формат самої постановки питання: замість питання про джерела, причини або фактори довіри, тобто про його походження, можна поставити запитання про те, на що спрямована довіра до інформації, які її функції і яку саме роль вона грає в ході обробки інформації.

Як і стосовно інших феноменів, для теоретичного аналізу функцій довіри до інформації корисний універсальний логічний прийом – уявити, що змінилося за відсутності довіри. Очевидно, що за відсутності довіри до інформації – тобто прийняття інформації як надійної та достовірної в ситуації невизначеності – для будь-якої інформації, яка була диференційована із загального потоку і через це вже не може бути проігнорована, була б потрібна послідовна, заснована на логічному аналізі додаткових джерел з експліцитними підставами оцінка надійності. Враховуючи обсяг інформації, з яким доводиться мати справу представнику сучасного інформаційного суспільства завдяки розвитку цифрових технологій генерування, тиражування та розповсюдження інформаційних повідомлень така послідовна оцінка всієї інформації, що надходить (яка до того ж вимагала б залучення інформації з додаткових джерел, яка, у свою чергу, сама потребувала б критичної оцінки її надійності, нескінченності), очевидно, перевищує когнітивні ресурси людини з урахуванням наявного їм часу. З цього випливає, що основна функція довіри до інформації, на відміну від довіри до різних об'єктів, уявлення про які формуються на підставі цієї інформації, – не задоволення потреби у формуванні стабільної картини світу (оскільки більша частина інформації в умовах інформаційного суспільства для кожної окремо взятої людини виявляється нерелевантною або, принаймні, є частково такою; оскільки інформація не є суб'єктом взаємодії, з яким можливе вибудовування відносин: здатність інформації викликати емоції пов'язана зі змістом та способом подання повідомлення, які можуть впливати безвідносно довіри до інформації), а економія когнітивних зусиль.

Ця здатність довіри забезпечувати економію когнітивних зусиль – апріорно приймати інформацію як надійну та достовірну в ситуації невизначеності – зближує довіру з когнітивними евристичними. Когнітивні

евристики являють собою механізми спрощеного прийняття рішень, свого роду готові способи переробки інформації за допомогою «зрізання кутів», які використовуються масово, є відносно універсальними і тому, незважаючи на відносну ефективність у ряді ситуацій, когнітивний евристик, досить передбачуваний [2; 11; 33]. Справді, у літературі існує уявлення про довіру (причому не лише довіру до інформації) як когнітивну евристику [5; 12; 22; 27; 31; 34]. Проте, з погляду, між довірою і вперше описаними авторами концепції когнітивними евристичними (наприклад, евристика репрезентативності, евристика доступності) є деякі принципові відмінності. По-перше, якщо когнітивні еристики відповідають на запитання: «як саме можна використовувати дану інформацію?», то довіра до інформації є способом відповіді на запитання: «чи можна взагалі використовувати дану інформацію?» – тобто питання, яке передуює пошуку відповіді будь-які інші питання. По-друге, якщо когнітивні еристики являють собою способи «зрізання кутів» – спрощені способи попадання з метафоричного вихідного пункту – наявності проблеми – у пункт призначення – прийняте рішення, – то довіра до інформації як прийняття інформації як придатна для використання і не потребує будь-якої перевірки що, в рамках тієї ж призначення та жодного додаткового руху не потрібно. Таким чином, довіра до інформації займає особливу позицію щодо когнітивних евристиків, фактично перебуваючи щодо них на метарівні. На цій підставі довіру до інформації можна класифікувати як метаевристику.

На підставі проведеного теоретичного аналізу вдалося встановити та охарактеризувати специфіку довіри до інформації як психологічного феномена та визначити його категоріальну приналежність. На відміну від інших видів довіри, що класифікуються виходячи з різних типів об'єктів довіри, довіра до інформації має об'єкт, який не володіє агентністю і не здатний до взаємодії. Це виключає можливість розгляду довіри до інформації як очікування, атитюда, поведінки, емоційного стану чи особистісної риси. Нами було зроблено висновок, що довіра до інформації є когнітивним феноменом, а саме – когнітивною метаевристикою, основна функція якої – економія когнітивних зусиль і створення можливості для завершення попередньої ухвалення будь-

якого рішення завдання оцінки надійності та достовірності інформації, що задіюється у прийнятті цього рішення. Ця функція особливо важлива в умовах інформаційного суспільства і особливо яскраво проявляється в цифровому середовищі як джерелі інформації, що безперервно надходить і безперервно оновлюється. Тому доцільно організувати емпіричні дослідження довіри до інформації виходячи з того, коли саме, для кого та за яких обставин економія когнітивних зусиль виявляється найбільш затребуваною. У практичному плані це допоможе визначити «групи ризику», особливо схильні до загроз кібершахрайства та інших форм навмисного поширення недостовірної інформації.

1.2. Психологічні механізми довіри до Інтернету

Довіра до інформації в інтернет-просторі як соціально-психологічний феномен і як дослідницька проблема викликає до себе протягом останніх десятиліть стійкий інтерес не тільки завдяки підвищенню ролі інтернет-комунікації в різних сферах повсякденного життя, а й унаслідок низки породжених нею явищ, у фокусі яких перебуває безпосередньо проблема довіри, найчастіше невиправдана. Йдеться і про поширення різних форм інтернет-шахрайства, і про масове поширення за допомогою Інтернету хибної інформації, в т. ч. інформації з соціально значущих питань, наївне використання якої може завдати істотних збитків і тому, хто її використовує, і оточуючим, і про некритичне прийняття інформації з інтернет-джерел в освітньому процесі [2; 8; 12; 16; 24; 32; 34], відтворення готових шаблонів може перешкоджати виробництву нового знання.

Спроби вивчення природи цих явищ дозволили отримати низку цікавих результатів, проте поки що не привели до загального розуміння логіки довіри до інформації в Інтернеті. На наш погляд, це пов'язано з тим, що зовнішні виклики, зумовлені практичною необхідністю вирішення конкретних завдань, розкривають внутрішні концептуальні прогалини та обмеження у розгляді самого феномену. Щодо довіри до інформації таке обмеження полягає в тому, що основна частина досліджень довіри присвячена довірі до людей –

міжособистісної чи генералізованої соціальної довіри [37]. Відповідно, уявлення про те, чим є довіра і до якого класу психологічних явищ воно відноситься, мають як прототипову основу міжособистісну довіру і насилу піддаються екстраполяції на довіру до інформації, яка (на відміну від міжособистісної довіри) є особливо персональною та емерджентною.

У сучасній психології існує різноманіття уявлень про природу довіри, тобто про те, до якої категорії психологічних явищ воно належить. Дійсно, міжособистісна довіра, як і більшість феноменів міжособистісної взаємодії, дуже емоційно забарвлена, особливо якщо йдеться про вибудовування тривалих відносин [3; 5; 16; 34]. Однак довіра до інформації функціонує у зовсім іншому форматі. Основна частина використання інформації, яка потрібна на вирішення повсякденних завдань, відбувається «у фоновому режимі» – без емоційного реагування на кожен звичний фрагмент інформаційного багажу. Емоційну реакцію, часом дуже інтенсивну, викликає або інформація, що наділяється високою значимістю у плані змісту, або емоційно насичена у плані висловлювання, особливо у разі активного залучення до дискусії. Проте більшість інформації набуває вигляду безперервного потоку, отже неочевидним і не обов'язковим виявляється навіть вичленування окремих складових цього потоку з фону як самостійних об'єктів. У цьому плані проглядається асиметрія: оскільки обсяг інформації перевищує когнітивні ресурси людини, необхідні для її послідовної обробки, недовіра з більшою ймовірністю вимагатиме особливих підстав, у той час як довіра до інформації є опцією за замовчуванням, особливо якщо джерело інформації саме по собі викликає довіру, як, наприклад, Інтернет для цифрових або. Хоча довіра і недовіра – це не два дискретні феномени, а два полюси одного континууму, що відображає ступінь довіри, довіру до інформації, на відміну від міжособистісної довіри, можливо без будь-якої вираженої емоційної складової.

Інший погляд на природу довіри пропонує розглядати довіру як соціальний аттітюд. Тут довіру означають як «специфічний суб'єктний феномен, сутність якого полягає у специфічному відношенні суб'єкта до різних об'єктів або фрагментів світу, що полягає в переживанні актуальної значущості та апріорної

безпеки цих об'єктів чи фрагментів світу для людини» [21, с. 157]. Це визначення містить відсилання і до когнітивної (уявлення про значущість і безпеку), і до емоційної (переживання), і до поведінкової (уявлення про значущість, і особливо безпеки, які створюють готовність до певної поведінки) складовим. Воно цінне тим, що охоплює не лише міжособистісну довіру, а й довіру до феноменів, які не мають суб'єктності. Водночас це визначення містить відсилання до апріорності, внаслідок чого довіра стає невідмінною від віри, тож неясна сама необхідність довіри як окремого поняття.

Тим часом довіра часто розглядається як проміжний феномен між вірою, яка апріорна і не потребує основ, і впевненістю, яка має під собою достатні основи. Це трактування підходить не тільки для міжособистісної довіри, але й для довіри до більш абстрактних об'єктів – соціальних груп та соціальних інститутів. Але на відміну від усіх цих об'єктів довіри інформація не має агентності і не обов'язково розглядається в рамках очікувань від наслідків її використання. Довіра до інформації означає уявлення про те, що вона відповідає дійсності і справжня, в т. ч. поза контекстом її безпосереднього уявлення, тобто характеризується достовірністю і надійністю, що зовсім не обов'язково передбачає прямий вихід на уявлення про її використання на практиці та її наслідки. Це виключає з обов'язкових складових довіри як емоційний, як було розглянуто вище, а й поведінковий компонент.

Таким чином можна висновувати, що довіра до інформації є когнітивним феноменом, причому має не тільки статичну, а й процесуальну сторони і актуалізується в умовах невизначеності. На цій підставі ми пропонуємо таке визначення: довіра до інформації – категоризація будь-якої інформації як достовірної та надійної, що здійснюється за допомогою когнітивного спрощення в умовах невизначеності.

Визначення довіри до інформації як когнітивного процесу ставить питання, яким чином функціонує довіра, тобто про його механізми. Щодо довіри інформації в інтернет-середовищі раніше робилися спроби позначити загальні механізми переробки інформації, які призвели до виникнення двох моделей – інформаційного міхура (уніфікація інформаційного простору за допомогою

виключення неблизьких позицій і незнайомих тем) і поляризації поглядів (поляризація інформаційного простору за допомогою виключення). На наш погляд, ці моделі цінні тим, що, незважаючи на протилежність розуміння описуваних явищ, містять загальний мотив – ключову роль невизначеності у проблемі довіри, оскільки в інтернет-просторі можливість впевнено маркувати інформацію як помилкову є не проблемою, а вирішенням проблеми, спричиненою зіткненням з інформацією, істинність чи хибність якої незрозуміла. Вкупі обидва цих механізми описують не саму довіру як психологічний феномен, яке зовнішню, безпосередньо спостерігається те, що поведінка зумовлена тим чи іншим рівнем довіри до інформації, і особливо його середньострокові агреговані наслідки, це є загальний ненавмисний результат поведінки багатьох людей. По суті обидві ці моделі описують те, що починається безпосередньо після того, як завершується когнітивний процес довіри як категоризації інформації. Для з'ясування того, як відбувається сам цей процес, необхідно проаналізувати його внутрішні психологічні механізми, для чого, у свою чергу, слід вивчити його загальну логіку, виходячи з завдань, які при цьому вирішуються.

Як зазначалося вище, довіра до інформації відрізняється від міжособистісної довіри, а також від довіри до більш абстрактних об'єктів, з якими можлива взаємодія, наприклад до соціальних груп та соціальних інститутів, тим, що інформація не має самостійної суб'єктності. Важливо відзначити, що довіра до інформації в інтернет-комунікації аж ніяк не тотожна довірі до її джерела, оскільки в інтернет-середовищі на відміну від безпосередньої міжособистісної взаємодії інформація про джерело інформації відсутня або викликає сумніви в її достовірності та надійності (тобто сама по собі ставить питання про довіру). Більш того, значна частина інформації надходить у відриві від будь-яких відомостей метарівня, в т. ч. відомостей про її джерело, і пошук таких відомостей створював би додаткове навантаження на когнітивні ресурси людини, яких навіть без цієї інформації недостатньо для послідовної переробки основної частини інформації, що надходить.

Із цим пов'язана інша відмінність довіри до інформації від інших видів

довіри: на відміну від окремих індивідів, як у разі міжособистісної довіри, соціальних груп, як у випадку інгрупової та аутгрупової довіри та соціальних інститутів, як у випадку інституційної довіри, інформація спочатку не дискретна. Це особливо явно проглядається в інтернет-комунікації, де інформація надходить безперервним потоком. Розподіл інформації на окремі повідомлення з метою подальшого аналізу є самостійним завданням. Тому слід відрізнити довіру як згорнутий (подібно до когнітивних евристиків) когнітивний процес переробки інформації від пасивного сприйняття інформації, оскільки в другому випадку проблеми довіри не виникає. Відповідно, першим механізмом довіри як когнітивного процесу є ідентифікація – виявлення окремого інформаційного повідомлення із загального інформаційного потоку та категоризації його як потенційного об'єкта довіри. Стосовно довіри до інформації, на відміну від інших видів довіри, проблематизується не лише пошук відповіді на питання про те, наскільки той чи інший об'єкт гідний довіри, а й сама постановка питання про те, що може виступати як об'єкт довіри.

Наступне питання про психологічні механізми довіри полягає в тому, що відбувається після того, як окреме повідомлення ідентифікується як таке, вичленовується із загального інформаційного потоку і проблематизується як більш-менш достовірний і надійний в умовах недостатньої інформації для прийняття повністю обґрунтованого судження, тобто в умовах невизначеності. Визначення довіри до інформації як категоризації має на увазі віднесення нововиявленого об'єкта до певної категорії. На поверховому і очевидному рівні ці категорії можуть відбивати просту дихотомію – віднесення конкретного повідомлення інформації, гідної чи недостойної довіри. Проте така бінарна опозиція хоч і можлива, проте не виняткова і обов'язкова. Замість неї суб'єкт пізнання може оперувати більш складною та диференційованою системою категорій, що відображає різні рівні довіри, що відповідає різному рівню невизначеності, що приписується, щодо судження про достовірність та надійність інформаційного повідомлення. Аналогічно за шкалою Лікерта, рівень довіри може категоризуватися за допомогою не дихотомії, а набору градацій, число яких ніяк не задано ні самою природою довіри (оскільки не впливає з

його визначення), ні характером інформації, що надходить, але відображає індивідуальні особливості суб'єктів довіри, що виражають властивий їм рівень когнітивної складності.

Інший вимір категоризації (те, на чому заснована довіра) особливо значущий для довіри до інформації в інтернет-комунікації в силу, з одного боку, великого обсягу інформаційного потоку, а з іншого – більш структурованого і більш просто організованого штучного довкілля порівняно з нецифровим простором. Велика невизначеність щодо джерела інформації компенсується більш обмеженим набором форм, які можуть отримувати повідомлення в Інтернеті. Відповідно, категоризація інформаційного повідомлення як більш-менш гідної довіри безпосередньо базуватиметься на тому, до якого типу воно відноситься. Так, наприклад, пост у соціальній мережі може категоризуватися як автентичне повідомлення про поточні події свого життя, як нерепрезентативне, спеціально відібране повідомлення, розміщене з метою створення і підтримки певного іміджу, як рекламне повідомлення, як маніпулятивне просування певного способу життя і пов'язаних з ним соціальних норм і цінностей і т. ін. здійснення будь-якої покупки, може категоризуватися як турбота про задоволення потреб одержувача листа (наприклад, якщо він надійшов від когось із близьких людей або у відповідь на відповідний запит самого адресата), або як спонукання придбати якийсь товар чи послугу, не обов'язково потрібні адресату або корисні для нього, або як фішинг. При цьому важливо не стільки те, який набір категорій знаходиться у розпорядженні суб'єкта довіри (тобто ступінь загальної поінформованості про змістовну сторону інтернет-комунікації), скільки те, скільки категорій регулярно використовується, те, наскільки диференційовані судження. Саме диференціація відбиває те, наскільки великий обсяг інформації береться до уваги і наскільки ретельної когнітивної обробки він піддається. Таким чином, другим механізмом довіри є диференціація – наділення інформаційних одиниць різним ступенем довіри, що базується на віднесенні їх до різних типів повідомлень.

Висновки до розділу 1

На основі проведеного теоретичного аналізу було встановлено, що довіра до інформації є унікальним психологічним феноменом. На відміну від довіри до людей чи інституцій, об'єкт довіри (інформація) не є суб'єктом, здатним до взаємодії, що виключає можливість розгляду довіри до інформації як емоції, поведінки чи особистісної риси. Замість цього, вона є когнітивним феноменом, а точніше, когнітивною метаевристикою, основна функція якої полягає в економії когнітивних зусиль. Це дозволяє швидко оцінити надійність інформації, що особливо важливо в умовах постійного інформаційного потоку цифрового середовища. Розуміння цієї функції допомагає виявити «групи ризику», які найбільш схильні до впливу кібершахрайства та дезінформації. Ми також розглянули психологічні механізми довіри до інформації, визначивши її як соціально-когнітивний процес обробки даних, що включає два основні механізми: ідентифікацію та диференціацію. Аналіз показав, що для захисту від фейків недостатньо просто інформувати про їхнє існування. Набагато ефективніше стимулювати критичне мислення, навчаючи людей, по-перше, сприймати інформацію як послідовність окремих повідомлень, а не як єдиний потік, і, по-друге, використовувати складніші категорії для її оцінки, ніж проста бінарна опозиція «довіряю/не довіряю». Це особливо актуально, оскільки інтернет-користувачі, згідно з емпіричними даними, часто використовують спрощену категоризацію.

РОЗДІЛ 2

ВИВЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОЯВУ ДОВІРИ ДО ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ

2.1. Семантика інформаційно-змістового компоненту довіри до інформації в Інтернеті

Цифризація різних сфер життя, що продовжується, за останні десятиліття встигла спонукає вчених до переосмислення ряду давно вивчаються феноменів. Одним із таких феноменів стала довіра. Традиційно у психології основна увага приділялася міжособистісному генералізованому, міжгруповому та інституційному довірі [1-36]. Повсюдне використання цифрових інформаційних технологій вивело на передній план інший вид довіри, який із низки ознак якісно відрізняється від усіх перелічених, саме довіру до інформації. Ці відмінності пов'язані, по-перше, з тим, що інформація не має самостійної суб'єктності, отже, довіра до інформації не може розглядатися в категоріях очікувань чи взаємодії, але є когнітивним феноменом. Ми визначаємо довіру до інформації як категоризацію будь-якої інформації як достовірної та надійної, що здійснюється за допомогою когнітивного спрощення в умовах невизначеності. По-друге, інформація виступає як необхідний опосередкований матеріал для формування інших видів довіри, оскільки уявлення про будь-який інший об'єкт довіри формуються виходячи з інформації про нього, що є в розпорядженні суб'єкта довіри.

Логічно структура довіри до інформації повинна включати характеристики як самого суб'єкта довіри, так і об'єкта довіри. Пропонована модель структури довіри до інформації містить три компоненти (рис. 2.1):

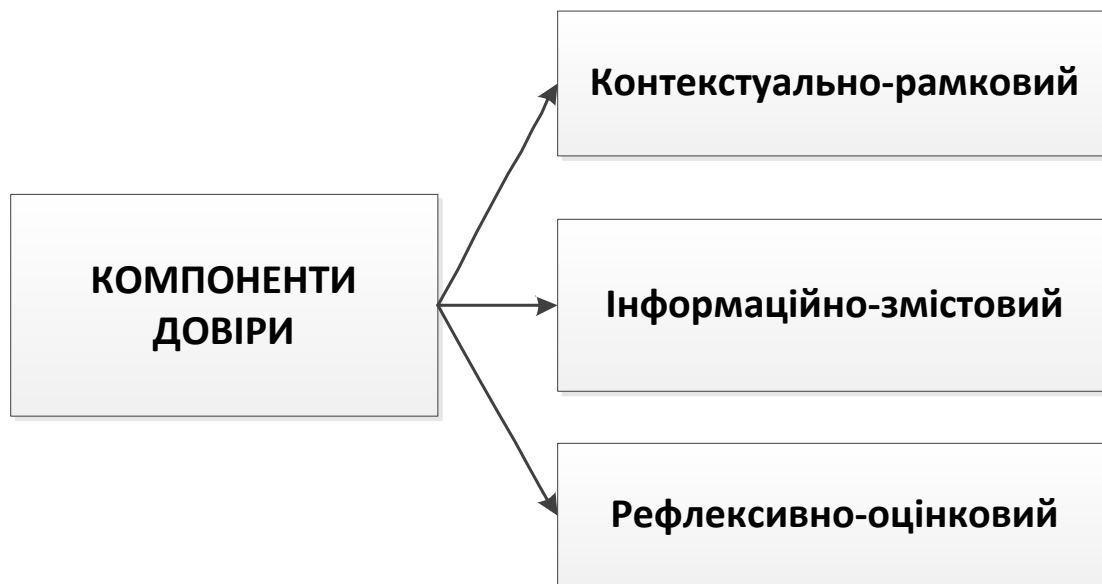


Рис. 2.1. Компоненти структури довіри

1) контекстуально-рамковий (включає генералізовану довіру, а також аутгрупову довіру, особливо значущу для довіри до інформації в Інтернеті, більша частина якої створюється представниками аутгруп, і довіра до інтернет-середовища як такого);

2) інформаційно-змістовний (семантика та емоційна тональність інформаційного повідомлення);

3) рефлексивно-оцінковий (самооцінка здатності відрізнити гідні довіри інформаційні повідомлення від не гідних довіри, а також уявлення про критерії, якими суб'єкт довіри при цьому керується).

Емпіричний матеріал дослідження склав текстовий масив, сформований як вибірка з інтернет-джерел, які мають найбільшу довіру. Нами було вивчено інформаційні інтернет-ресурси українською та англійською мовами. Для операціоналізації рівня довіри було використано кількість передплатників на сторінки кожного з цих ресурсів у соціальних медіа (Фейсбук), оскільки на відміну від відвідування сайту підписка на ресурс означає включення матеріалів цього ресурсу до інформаційного потоку, що становить частину повсякденного життя інтернет-користувачів.

На цій підставі було відібрано по 10 інформаційних інтернет-ресурсів з найбільшою кількістю передплатників кожною мовою: українською мовою – Українська правда (pravda.com.ua) — один із найстаріших і найавторитетніших

онлайн-ЗМІ України; TSN.ua (ТСН) — новинний портал телеканалу «1+1», який має величезну аудиторію як на сайті, так і в соцмережах; Оглядач (obozrevatel.com) — великий новинний ресурс з широким спектром тем; 24 Канал (24tv.ua) — портал однойменного телеканалу, що активно розвиває свої онлайн-платформи; РБК-Україна (rbc.ua) — діловий і новинний портал, що фокусується на політиці та економіці; УНІАН (unian.net) — інформаційне агентство, яке є одним із лідерів за охопленням аудиторії; Цензор.НЕТ (censor.net.ua) — відомий політичний та суспільний ресурс; NV (Новий Час) (nv.ua) — портал, який охоплює новини, аналітику та інтерв'ю; Кореспондент.net (korrespondent.net) — один із популярних новинних ресурсів в Україні; ЛІГА.net (liga.net) — новинний ресурс, що спеціалізується на бізнесі, фінансах та політиці; англійською мовою – CGTN, China Daily, China Xinhua News, Peoples Daily China, Global Times, CNN, Fox News, New York Times, Al Jazeera English, BBC. Вибірку текстів для дослідження склали по 12 матеріалів на сторінках цих інтернет-ресурсів у соціальних медіа по одному на кожен місяць 2024 р., при цьому дата для кожного місяця визначалася за допомогою генератора випадкових чисел.

Змістовно-семантичний аналіз тексту здійснювався за допомогою підрахунку частот народження слів (за винятком т. зв. стоп-слів – слів, що не несуть самостійного смислового навантаження, наприклад, артиклів) та інтерпретації змісту смислового поля, що утворюється найчастіше зустрічаються словами (не менше 1 % обсягу всього масиву). Для вивчення емоційного забарвлення тексту було проведено аналіз емоційної тональності тексту – кількісний метод, заснований на використанні лексикону, складеного на підставі експертних оцінок списку слів певної мови, що мають емоційне забарвлення, з наданими їм коефіцієнтами позитивного або негативного типу емоції та інтенсивності емоційного переживання. З аналізованого тексту відбираються слова, які у лексиконі, і підставі відповідних їм коефіцієнтів обчислюються переважаючий знак і інтенсивність емоційної тональності тексту. Для обробки даних був використаний мову програмування R. Він був розроблений спеціально для аналізу даних і в даний час є одним з найбільш універсальних і гнучких інструментів прикладної математичної статистики.

Результати були наступні. Серед найчастіших слів для україномовного масиву можна назвати кілька смислових груп. По-перше, це географічні назви, як власні імена (назви країн і міст), так і загальні («країна», «світ», «Земля»); по-друге – позначення часу (як датування, і тривалості часових проміжків: «рік», «день», – і, власне, «час»); по-третє, дієслова зі значенням передачі («повідомив», «розповідати»); по-четверте, числівники. Це вказує на прагнення точності щодо часу і місця, а також до рефлексивності щодо самого процесу передачі інформації. Висока частота займенника «який» свідчить про використання складних граматичних конструкцій. В англomовному масиві як одна з смислових груп також виділяється група слів, що містять географічні посилання. Ця назва країни та її столиці («China» – Китай та «Beijing» – Пекін, оскільки серед англomовних новинних платформ з найбільшою кількістю передплатників у соціальному медіа Facebook переважають ресурси саме з цієї країни), а також слова, що вказують на «країнову» та глобальну значимість новин, що висвітлюються). Другу смислову групу становлять слова, об'єднані тематикою змін чи відсутності змін («grew» – виріс, «lead» – вести, бути провідним, найсучаснішим у сфері, «old» – старий, колишній, «older» – старше, більш ранній, «new» – новий). На відміну від україномовного масиву тут стосовно часу акцентується не точність «розміщення», віднесення подій, що описуються, і явищ до часу, а динаміка тимчасових змін.

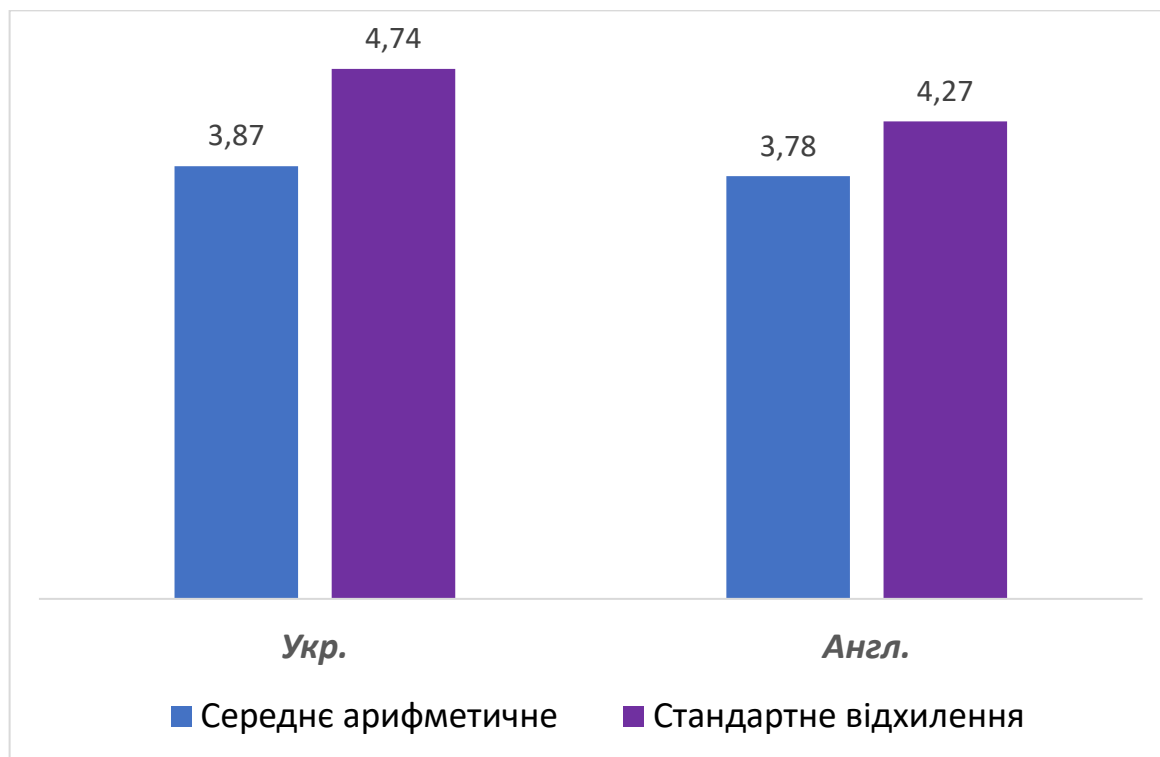


Рис. 2.2. Аналіз емоційної тональності тексту

Результати аналізу емоційної тональності тексту показані на рис. 2.2. Всі можливі значення коефіцієнтів, що присвоюються словам відповідно до використаного для аналізу лексиконом, можуть змінюватись в діапазоні до 5 балів, що відповідає найбільш інтенсивним позитивним емоціям, негативною, та її значення у абсолютному вираженні – ступеня емоційної інтенсивності. Як видно з отриманих результатів, для обох вивчених масивів характерна в середньому помірно позитивна емоційна тональність, причому більшою мірою вона виражена у україномовному масиві. Величина стандартного відхилення обох масивах щодо велика. Це означає, що проаналізовані текстові масиви характеризуються великою різноманітністю емоційної тональності: 95% довірчий інтервал становить 4,742 для україномовної вибірки текстів і 4,272 – для англomовної. Ці межі довірчого інтервалу досить близькі до меж, заданих найбільшим і найменшим із можливих значень для використаного лексикону, особливо для верхніх меж довірчих інтервалів, що відповідають позитивним емоціям.

Проведений нами лексико-семантичний аналіз матеріалів соціальних медіа

інформаційно-новинних ресурсів, що користуються довірою найбільшої кількості користувачів, дозволив виявити низку загальних характеристик. До них відносяться, по-перше, переважання в семантичному полі тексту просторово-часових маркерів, по-друге, їхня співвіднесеність не просто з місцем розташування, але з колективним суб'єктом, для якого дане інформаційне повідомлення є значущим. Таким чином, довіра до інформаційних повідомлень забезпечується позначенням області релевантності через приналежність до колективного суб'єкта безвідносно конкретної тематики повідомлення. Відмінності у характері тимчасових маркерів свідчить про ступінь динамічності і абсолютний чи відносний формат віднесення подій, цим відбиваючи і підтверджуючи неоднорідність цифрової інформаційної довкілля, попри рівний доступом до інформації, призначеної щодо різноманітних цільових аудиторій.

Проведений аналіз емоційної тональності тексту показує, що у вивчених масивах присутня в середньому помірковано позитивна тональність із відносно великим розкидом значень навколо цієї центральної тенденції. Це можна пояснити тим, що, хоча уникнення небезпеки може бути еволюційно більш значущим для виживання, ніж виявлення можливого джерела позитивних емоцій (принаймні, оскільки деякі небезпеки можуть являти собою загрозу життю, що робить джерела позитивних емоцій нерелевантними), це співвідношення справедливе тільки для такої інформації, яка має недовіри до інформації. Для інтернет-ресурсів новин характерна інша логіка: зміст інформаційного потоку, в заповненні якого беруть участь ці ресурси, оцінюється, швидше, не за тим, яким чином інтернет-користувач може використовувати їх для прийняття рішень, здатних вплинути на його життя, а по тому, як самі ці складові інформаційного потоку впливають на інтернет-користувача.

2.2. Практичне вивчення особливостей прояву довіри й стратегій мережевої комунікації

Сучасне місце Інтернету стає значним засобом соціалізації особистості, визначаючи нові психологічні ефекти (виклики). В Інтернеті можна знайти не тільки велику кількість інформації щодо вирішення навчальних, професійних та

побутових питань, але реалізувати міжособистісну взаємодію на відстані онлайн. Можливості Інтернету визначають специфіку різних видів діяльності, вносять трансформацію у тому структуру. Комунікативна діяльність у мережі також має свої особливості, що відрізняють її від традиційного спілкування. У цьому важливою характеристикою залишається довіра. З одного боку, йдеться про прояв довіри до людей в Інтернеті, мережевих ресурсів, інформації, а з іншого боку, про необхідність викликати довіру до себе з боку партнерів, колег, знайомих та незнайомих людей у мережевій взаємодії. Довіра відкриває перспективи для щирого вираження почуттів та емоцій, продуктивних взаємин, вирішення життєвих завдань. Навіть якщо в електронній комунікації бере участь лише одна людина, то все одно має місце довіра. Людина, взаємодіючи з інформаційними технологіями, демонструє впевненість у власних силах, що ґрунтується на довірі до цих технологій. У цьому вся виявляється суттєва відмінність електронної комунікації, що включає третій об'єкт як комп'ютера, технології.

Як правило, довіра виникає між людьми при особистому контакті та уособлює відкриті та позитивні взаємини, що містять впевненість у власній безпеці та доброзичливості іншої людини, з якою довіряючий перебуває у взаємодії. Так, довіра – це щось, що входить у соціальні відносини, коли є можливість відхилення від ролей, те, що можна назвати «відкритими просторами» ролей та «рольових очікувань» [12; 34]. Підставою для позитивно забарвленої емоційної оцінки може бути високий рівень довіри. Компонентами довіри вважаються когнітивні та емоційні утворення. Однією з універсальних умов довіри є значимість і безпека тих об'єктів, із якими людина має намір вступати чи вже вступив у взаємодію. Щоб довіритися людині, потрібно оцінити її, наприклад, з позиції чесності та порядності. «Обчислити» ці якості можна шляхом аналізу її поведінки, манер, міміки та ін. Однак у процесі спілкування в мережі найчастіше використовуються текстові повідомлення, якими не можна оцінити зовнішній вигляд людини та її особистісні особливості. Проте спілкування відбувається, і, незважаючи на цю особливість, електронна комунікація набирає все більшої популярності і займає значну частину життя

сучасної людини.

Із психологічної точки зору довіра включає повагу до людини, інтерес до неї; усвідомлення потреб, задоволення яких пов'язані з відносинами з цією людиною; емоції від очікування задоволення потреби та позитивної емоційної оцінки партнера; розслаблену та беззастережну готовність виявити до нього доброзичливість, а також виконання певних дій, що сприяють успішній взаємодії. Елементами відносин, які викликають довіру, є ризик та її сприйняття, небезпека і страх разом із близькою до негативної оцінкою партнера. Це може бути наслідком напруженості та подальшого припинення контакту, включаючи відповідь на агресію або ворожість. Мережа є простором певних ризиків для користувачів, а фактор довіри до інтернет-сервісів та інших користувачів стає все більш значущим у аспекті інформаційно-психологічної безпеки. Психологічні особливості прояву довіри у мережі вивчені недостатньо глибоко. Зрозуміти те, наскільки одна людина готова довіряти іншій людині в Інтернеті, які критерії довіри набуває в мережі, як вона проявляється і на що впливає – ці та інші питання потребують спеціального вивчення.

Мета нашого дослідження полягала у виявленні особливостей вияву довіри та установок студентів на використання Інтернету.

Методологія дослідження. Вибірку склали студенти Західноукраїнського національного університету (ЗУНУ). Збір емпіричних даних здійснювався методом опитування студентів – юнаків ($n = 45$) та дівчат ($n = 45$) у віці від 19 до 23 років. Середній стаж користування Інтернетом – 9,2 роки. У роботі було використано такі методики: опитувальник установок стосовно Інтернету (Е. Губенко); методика оцінки довіри/недовіри особистості іншим людям (О. Купрейченко); методика вивчення довіри/недовіри особистості світу, іншим людям, собі (О. Купрейченко); опитувальник поведінки в Інтернеті (О. Жичкіна). Методи статистичної обробки: T – критерій Вілкокса, X^2 – критерій Фрідмана, U – критерій Манна – Вітні, коефіцієнт рангової кореляції Спірмена. Комп'ютерна обробка даних здійснювалася з використанням програмних пакетів Excel та IBM SPSS Statistics 26.

Результати дослідження. Аналіз методики «Вивчення довіри/недовіри

особистості» (модифікованої нами щодо конструкту «віртуальний світ») показав таку тенденцію (рис. 2.3).

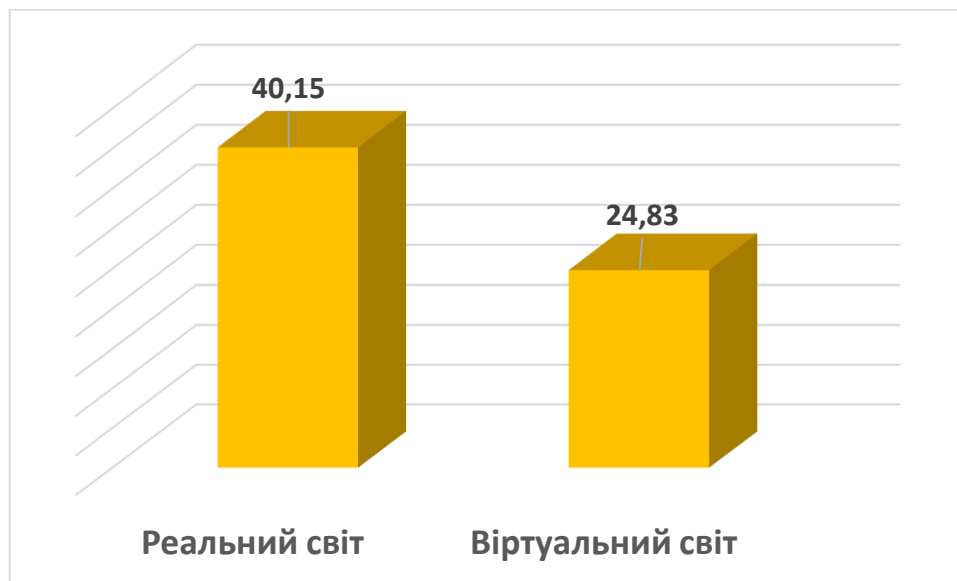


Рис. 2.3. Середні ранги за шкалами оцінки довіри/недовіри за всією вибіркою щодо «реального світу» та «віртуального світу»

Довіра студентів найбільше виражена по відношенню до «реального світу». Оцінка тенденції з використанням критерію Вілкокса ($T = 372,5$, $p = 0,000$) виявила достовірне ситуаційне зрушення щодо довіри/недовіри студентів до реального світу. Довіра до світу полягає в особистісному відношенні студентів до різних сторін життєдіяльності, а також у переживанні актуальної значущості та безпеки міжособистісних відносин. Активна взаємодія людини з новими людьми або малознайомими об'єктами відбувається завдяки довірі до світу [1].

Прояв довіри юнаків (середній ранг 46,3) та дівчат (середній ранг 44,7) по відношенню до реального світу має близькі значення. Значних відмінностей за критерієм Манна – Вітні за статтю (гендером) не виявлено.

Відповідно до результатів методики «Оцінка довіри/недовіри особистості іншим людям» домінуючим критерієм довіри респондентів до інших людей виступає «Надійність» (рис. 2.4), а недовіри – «Недоліки» (рис. 2.5).

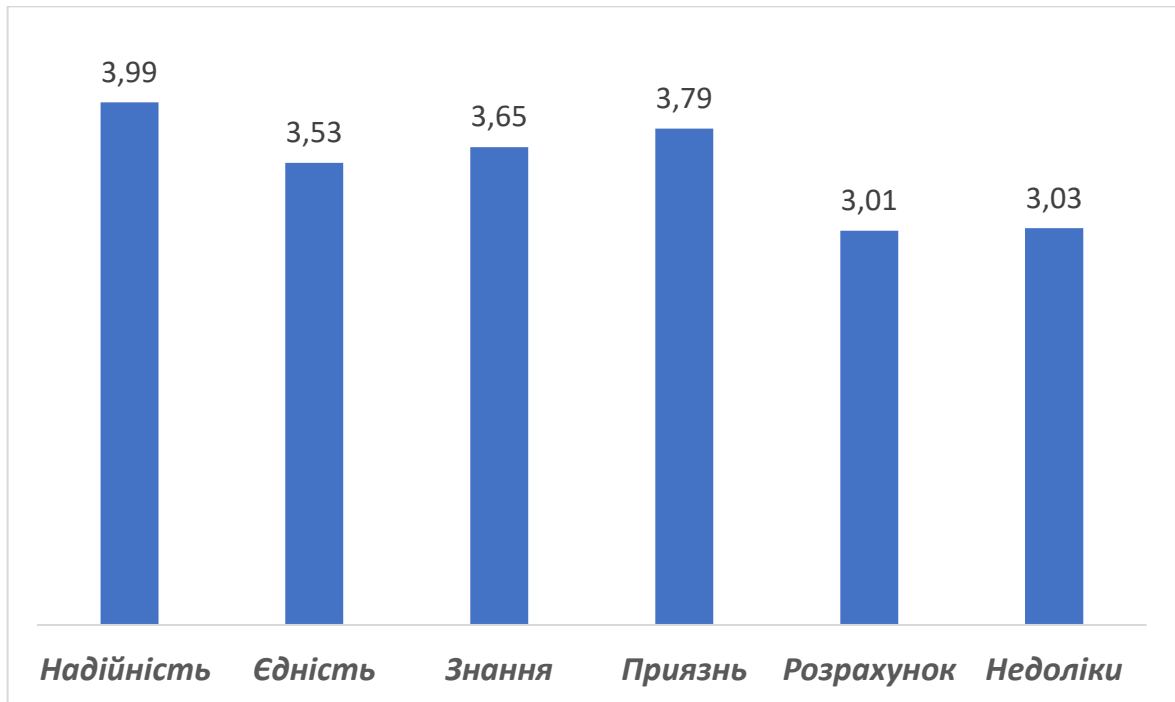


Рис.2.4. Середній ранг довіри до інших

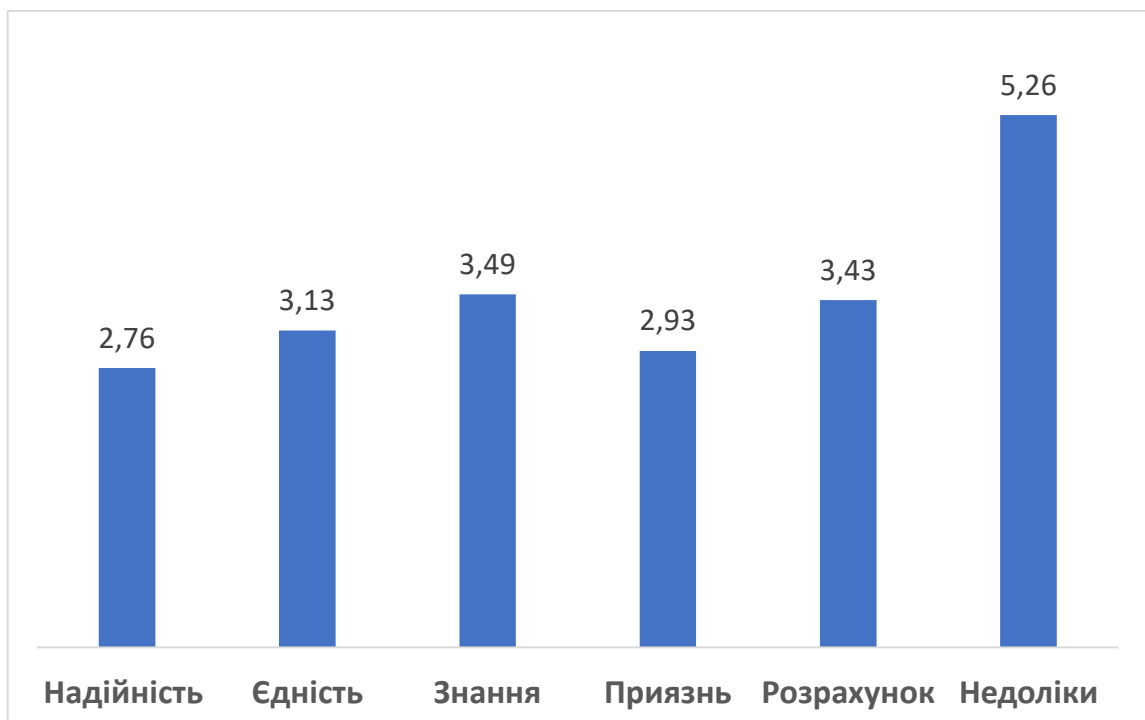


Рис. 2.5. Середній ранг недовіри до інших

Критерій Фрідмана підтвердив значну тенденцію у розподілі за шкалами оцінки довіри ($\chi^2 = 22,918$; $p = 0,000$) та недовіри ($\chi^2 = 114,631$; $p = 0,000$).

У прояві довіри до інших людей у студентів найбільш важливим критерієм виступає надійність людини, що виражається у стійкості та твердості моральних основ її поведінки. «Надійність» виражається в наступних позиціях: «Я зрозумів

для себе, що ця людина надійна, особливо у випадках, які важливі для мене»; «Він завжди готовий надати мені підтримку». Домінування недовіри до інших людей за шкалою «Недоліки» свідчить про те, що респонденти не вибудовують стосунки з людьми, до яких застосовуються такі позиції: «Він непередбачуваний»; «По відношенню до нього я відчуваю неприязнь»; «На жаль, він не розуміє, що йому вигідно виконати свої зобов'язання переді мною».

Переважає тенденція довіри у вибірці юнаків спостерігається за критерієм «Надійність» (середній ранг 50,48), а у вибірці дівчат – за критерієм «Єдність» (середній ранг 48,2). За шкалою ставлення до «Недоліків» людини, яка довіри не виправдала, було виявлено домінуючу тенденцію у юнаків (середній ранг 49,13). У дівчат критерієм недовіри виступає «Приязнь» (середній ранг 50,79). Критерій Манна – Вітні підтвердив достовірні відмінності за критерієм довіри «Приязнь» ($U=76$; $p=0,04$).

Результати дослідження установок щодо Інтернету за методикою Е. Губенка представлені у вигляді розподілу середніх рангів за шкалами опитувальника (рис. 2.6). На рис. можна бачити переважання середнього рангу установки «Соціальний комфорт» ($\chi^2 = 129,660$; $p = 0,000$). В Інтернеті студентів залучає задоволення потреб у соціальних відносинах та пошук взаєморозуміння. Перебування в Інтернеті приносить у цьому випадку радість, відчуття захищеності та довіри. У студентів із вираженою установкою на «Соціальний комфорт» реальне спілкування краще, ніж віртуальне, але саме в мережевій комунікації вони відчувають комфортніше. У групі юнаків спостерігається домінування установки «Знижений самоконтроль», у групі дівчат – домінування установки «Соціальний комфорт». Обробка результатів за критерієм Манна – Вітні значних відмінностей за статтю не виявила.

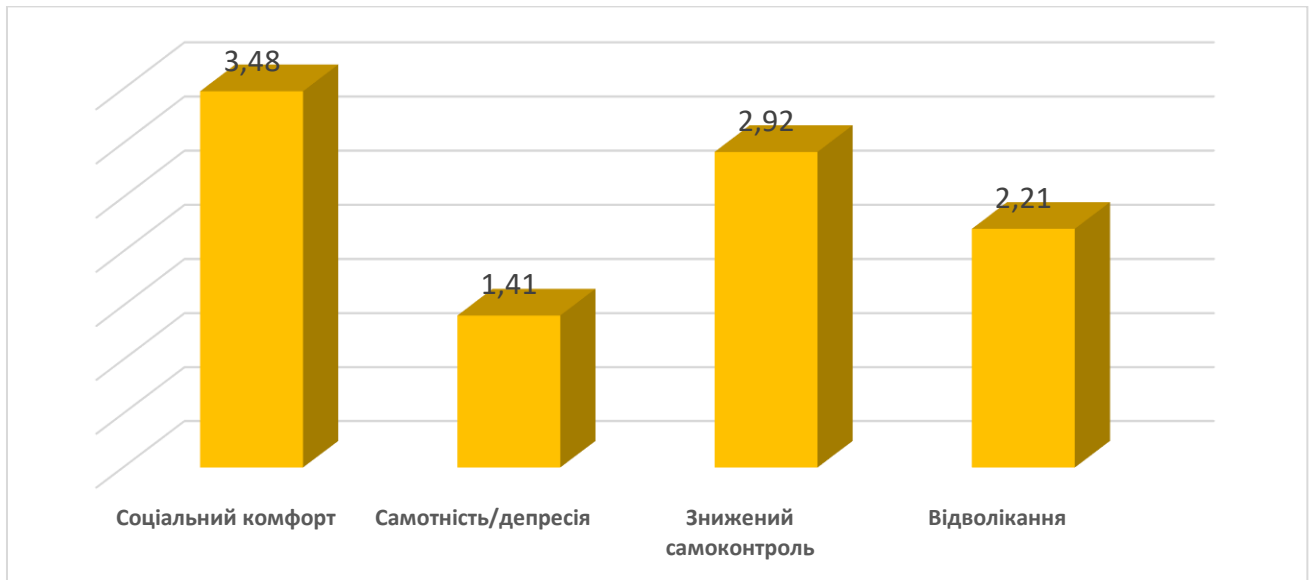


Рис. 2.6. Розподіл середніх рангів за шкалами опитувальника установок по відношенню до Інтернету за всією вибіркою

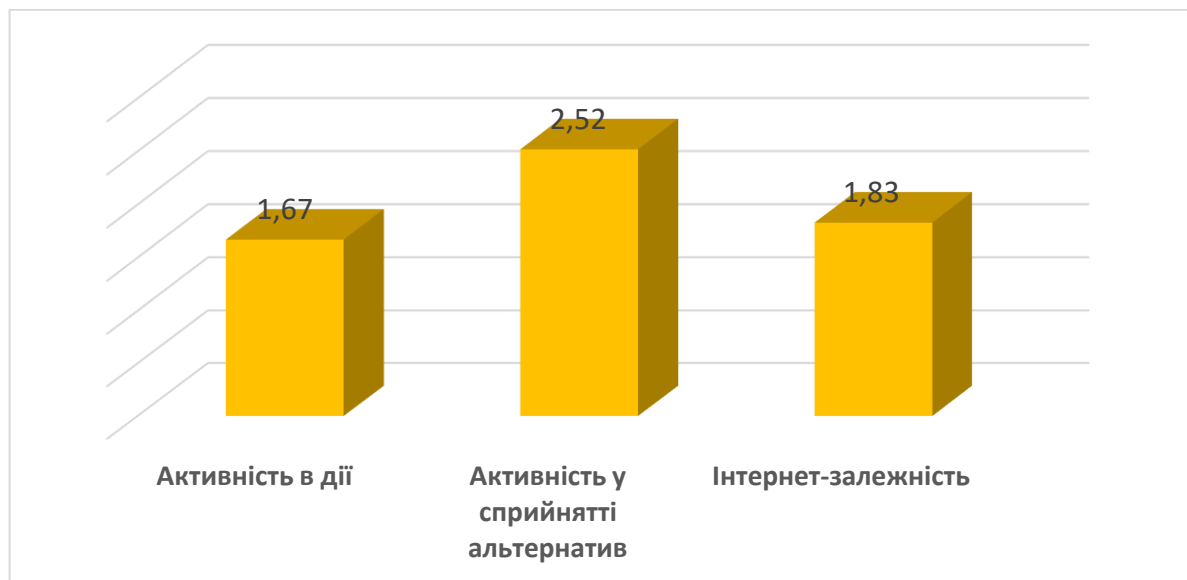


Рис. 2.7. Розподіл середніх рангів за шкалами опитувальника поведінки в Інтернеті

На рис. 2.7 представлено розподіл середніх рангів за стратегіями мережевої активності (А. Жичкіна). На першому місці стоїть стратегія «Активність у сприйнятті альтернатив», далі йдуть «Інтернет-залежність» та «Активність у дії». Статистична обробка за критерієм Фрідмана підтвердила достовірну значущість зазначеної тенденції ($\chi^2 = 42,568$; $p = 0,000$). Студентська аудиторія більшою мірою спрямована на пошукову активність у мережі, сприйняття

різноманітних контенту, спостереження з позиції стороннього учасника. Для респондентів властива схильність до інтернет-залежної поведінки, що виявляється у захопленні спілкуванням у соціальних мережах, залученості до мережних ігор. У юнаків переважна тенденція спостерігається за шкалою «Активність у сприйнятті альтернатив» (середній ранг 46,56), у дівчат за шкалою «Інтернет-залежність» (середній ранг 52,07). Критерій Манна – Вітні виявив достовірні відмінності за шкалою «Інтернет-залежність» ($U=717$; $p=0,014$). Дівчата більш схильні до нав'язливих думок про Інтернет і менш схильні контролювати час знаходження в мережі. Залучення до електронної комунікації призводить до обмеження їхньої сфери інтересів.

Кореляційний аналіз з використанням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена виявив статистично значущі зв'язки між шкалами довіри/недовіри до інших людей, віртуальним світом та стратегіями мережевої активності за усією вибіркою. Шкала «Знання» як компонент довіри до інших людей негативно корелює зі стратегією «Інтернет-залежність» ($r_s = -0,357$; $p = 0,001$). Чим менше студенту відомо про людину, з якою вона спілкується у віртуальному світі, тим більше вона схильна до залежної взаємодії в мережі. Виявлено негативну кореляцію між показниками «Інтернет-залежність» та «Недоліки» ($r_s = -0,307$; $p = 0,003$). Фактор недоліки відбиває двоїстість ставлення особистості іншим людям і здатність реалістично оцінювати їх слабкі сторони. Можна сказати, що чим більше виражена амбівалентність ставлення до інших людей, тим меншою мірою виявлятиметься адиктивна поведінка в мережі. Взаємозв'язок «Знання» з «Віртуальним світом» описується позитивним коефіцієнтом кореляції ($r_s = 0,303$; $p = 0,004$). Володіння знаннями про партнера, колегу, знайомого, ситуації може бути підставою довірчого ставлення до віртуального світу та відносин у цьому світі. Шкала «Надійність» та «Віртуальний світ» також корелюють позитивно ($r_s = 0,280$; $p = 0,007$). Надійність як компонент довіри виявляється у впевненості, що на людину можна покластися, що вона не підведе у скрутній ситуації, завжди готова надати підтримку. Можна сказати, що студенти віддають перевагу у віртуальному світі людям, які, на їхню думку, є надійними.

Висновки до розділу 2

Тож можемо зробити висновок, що довіра студентів найбільше виражена по відношенню до реального світу, яке полягає в особистісному ставленні до різних сторін життєдіяльності. У прояві довіри до інших людей у студентів найбільш значущим критерієм виступає «Надійність», що виражається у стійкості та твердості моральних основ поведінки людини. Переважна тенденція довіри у вибірці юнаків спостерігається за критерієм «Надійність», а вибірці дівчат – за критерієм «Єдність». Домінування критерію недовіри до інших людей за шкалою «Недоліки» свідчить, що респонденти не вибудовують стосунків із людьми, які довіри не виправдали. У дівчат критерієм недовіри постає «Приязнь». «Приязнь» проявляється у вираженій симпатії, доброзичливому відношенні, дружньому зв'язку зі співрозмовником у мережі Інтернет. Вказані особливості можна пояснити як віково-статевими характеристиками студентської молоді, так і специфікою віртуальної комунікації. Дається взначки своєрідність інтернет-спілкування, в якому не завжди надається можливість побачити людину особисто, почути її голос і т. ін. Тому дівчата виявляють велику прагматичність у вибудовуванні відносин в умовах електронного середовища, діючи за принципом «довіряй, але перевіряй». Слід додати, що довіра студентів здебільшого формується щодо особистого та сімейного досвіду. Сучасна молодь найчастіше не має чітко визначених моделей довіри щодо інших людей. Вони сприймають довіру як щось, що «заробляється» протягом часу з урахуванням постійних особистих контактів. Люди сприймаються не як нереальна частина мережі, бо як конкретні групи, організації, люди, інакше кажучи, ставляться до них як до реальних суб'єктів.

В Інтернеті студентів залучає можливість задоволення потреб у соціальній взаємодії, пошук взаєморозуміння. Саме перебування в Інтернеті приносить радість, відчуття захищеності та довіри. У юнаків більшою мірою проявляється інтерес до людей, способів спілкування та ресурсів у мережі. Дівчата більш схильні до нав'язливих думок про Інтернет і не здатні контролювати час знаходження в мережі. Прояв довіри у студентів у мережевій комунікації пов'язані з критеріями «Надійність» і «Знання». Вони віддають перевагу у

віртуальному світі людям, які, на їхню думку, надійні. Маючи достатню інформацію, студенти демонструють довірливе ставлення у віртуальному просторі, позитивні стратегії мережевої комунікації, спрямовані на вирішення навчально-професійних завдань, пізнавальну, комунікативну та громадську діяльність. Знижується прагнення до використання мережі як засіб відволікання, уникнення реальності, переживання самотності.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ

3.1. Практичні інструменти перевірки достовірності інформації

Перевірка достовірності інформації в сучасних умовах інформаційного перенасичення є ключовою компетентністю цифрової епохи. З огляду на швидке поширення новин, активне використання соціальних мереж і збільшення кількості дезінформації, молоді люди дедалі частіше стають вразливими до фейків, маніпуляцій та інформаційних атак. Тому володіння практичними інструментами перевірки інформації є важливою складовою розвитку медіаграмотності, критичного мислення та психологічної стійкості до впливу неправдивих повідомлень.

Одним із основних інструментів є аналіз джерела інформації, який передбачає оцінку репутації сайту, автентичності автора та його експертності в певній сфері. Наукові дослідження доводять, що довіра значною мірою залежить від того, наскільки споживач сприймає джерело як авторитетне. Тому важливим є вивчення історії ресурсу, дати його створення, наявності офіційної інформації про редакцію і контактні дані, а також перевірка того, чи пов'язаний він із відомими організаціями, університетами або медіа-спільнотами. Цей підхід зменшує ймовірність того, що користувач опиратиметься на матеріали з невідомих або сумнівних майданчиків.

Ще одним важливим інструментом є аналіз змісту повідомлення. Він включає оцінку логічності викладу, наявності доказів, посилань на відкриті дані, статистику та експертні коментарі. Недостовірною інформацією часто має емоційне забарвлення, заклики до негайної дії, сенсаційні чи поляризуючі формулювання, які впливають на емоційний стан читача. Використання технік критичного мислення – зокрема, перевірки контексту, пошуку альтернативних джерел і порівняння інформації з іншими матеріалами — дозволяє зменшити вплив когнітивних упереджень, таких як евристика доступності чи упередження підтвердження.

У практиці перевірки інформації значне місце займають інструменти цифрової верифікації. Для зображень використовуються сервіси зворотного пошуку, такі як Google Reverse Image Search, TinEye або Bing Image Match, які допомагають визначити, коли і де зображення було опубліковане вперше, чи не було воно вирване з контексту або відредаговане. У випадку відео застосовують платформи YouTube DataViewer чи InVid, які аналізують ключові кадри та дають змогу ідентифікувати оригінальне джерело. Це важливо, оскільки візуальний контент часто викликає високий рівень довіри, навіть якщо є частково або повністю фальсифікованим.

Не менш ефективним інструментом є перевірка інформації через незалежні фактчекінгові платформи. В Україні це, наприклад, StopFake, VoxCheck, Центр протидії дезінформації. На міжнародному рівні – Snopes, PolitiFact, FactCheck.org та інші. Такі ресурси спеціалізуються на систематичній перевірці інформаційних повідомлень, аналізі маніпуляцій, фейків, пропагандистських технік і надають достовірні висновки з посиланнями на джерела. Використання цих платформ підвищує якість інформаційного середовища, оскільки користувач отримує можливість звірити суперечливі дані зі спеціалізованими базами.

Важливим інструментом перевірки є аналіз технічних характеристик сайту або контенту. Перевірка доменного імені, дати створення сайту, наявність SSL-сертифіката, історії змін сторінок (через сервіс Archive.org) дозволяє визначити, наскільки ресурс є стабільним і надійним. За відсутності таких характеристик сайт може бути тимчасовою платформою для поширення дезінформації, що часто використовують групи, які прагнуть впливати на громадську думку.

Психологічний аспект перевірки інформації полягає в усвідомленні власних упереджень і емоційних реакцій. Люди схильні довіряти інформації, яка відповідає їх переконанням, або викликає сильні емоції. Тому саморефлексія, вміння поставити під сумнів перше враження та спроба проаналізувати інформацію в більш широкому контексті є важливими елементами захисту від маніпуляцій. Використання технік уповільнення прийняття рішень, таких як метод «стоп–пауза» або повторна оцінка матеріалу після перерви, дає змогу знизити вплив емоцій та імпульсивності.

Узагальнюючи, практичні інструменти перевірки достовірності інформації поєднують у собі технічні, когнітивні та психологічні підходи. Застосування цих інструментів формує медіаграмотність, підвищує критичність мислення і сприяє розвитку стійкості до інформаційних впливів. У сучасних умовах, коли інтернет-контент є багатовимірним, динамічним і часто маніпулятивним, оволодіння навичками перевірки достовірності стає невід’ємною частиною безпечного й усвідомленого споживання інформації.

Таблиця 3.1.

Порівняльна таблиця інструментів перевірки достовірності інформації

Категорія інструменту	Сервіс	Переваги	Обмеження	Рівень ефективності
Зворотний пошук зображень	Google Reverse Image	Швидкий пошук, велика база даних	Не завжди впізнає змінені зображення	Високий
	TinEye	Показує найдавніші варіанти, порівнює модифікації	Обмежена база	Дуже високий
	Yandex Images	Хороший розпізнавач локацій та облич	Частково російські сервери	Високий
Перевірка відео	InVid	Аналіз ключових кадрів, метаданих	Потребує навичок	Дуже високий
	YouTube DataViewer	Показує перші завантаження	Тільки YouTube	Середній
Фактчекінг	StopFake	Український контекст, аналітика	Переважно політичні теми	Високий
	Snopes	Довга історія перевірок	Не всі теми	Високий
Технічна перевірка сайтів	Whois Lookup	Дата створення домену	Не дає гарантії достовірності	Середній

Згідно із результатами теоретичних досліджень та емпіричних спостережень, зростання рівня інформаційної безпеки особистості вимагає впровадження комплексу науково-практичних рекомендацій, що охоплюють як когнітивні, так і поведінкові аспекти взаємодії з інформаційним середовищем. Основною передумовою є усвідомлення того, що довіра до інформації є не емоційним станом, а когнітивною метаевристикою, яка функціонує для економії когнітивних зусиль. Це розуміння обумовлює необхідність переходу від пасивного споживання інформації до активного, критичного її опрацювання.

Розвиток когнітивних механізмів диференціації інформації. Замість бінарної оцінки інформації як «достовірної» чи «недостовірної», що є типовою для більшості інтернет-користувачів і спрощує категоризацію, доцільно впроваджувати навчання, спрямоване на розвиток багатокритеріальної оцінки джерел та контенту. Це передбачає аналіз інформації за такими параметрами, як:

- 1) авторство (ідентифікація експертності та заангажованості джерела);
- 2) контекст (визначення цілей та обставин поширення інформації);
- 3) співвідношення з іншими джерелами (перехресна верифікація даних).

Такий підхід дозволить підвищити стійкість особистості до маніпуляцій, заснованих на спрощених моделях сприйняття.

Формування навичок ідентифікації дискретних інформаційних повідомлень. За умов безперервного потоку інформації, характерного для цифрового середовища, критично важливо навчити особистість сприймати цей потік як сукупність дискретних, окремих повідомлень, а не як єдине, гомогенне ціле. Ця навичка сприяє активній оцінці кожного окремого фрагмента інформації замість автоматичного довіри до всього потоку. На практиці це можна реалізувати через спеціалізовані тренінги, що включають вправи на виокремлення ключових повідомлень та їх подальший аналіз.

Інтеграція принципів кібергігієни в систему освіти та соціальної адаптації. З огляду на зростаючу кількість загроз, таких як кібершахрайство та фішинг, необхідно впроваджувати систематичні освітні програми, спрямовані на підвищення обізнаності про ці явища. Особливий акцент слід зробити на «групах ризику», які, згідно з дослідженнями, найбільш схильні до економії когнітивних зусиль. Це можуть бути особи, які менш обізнані з цифровими технологіями або мають вищий рівень соціальної довірливості. Програми мають включати:

- 1) розробку алгоритмів безпечної поведінки в Інтернеті;
- 2) симуляцію типових сценаріїв кібершахрайства для формування практичних навичок протидії;

3) надання інструментів для швидкої верифікації інформації, таких як перевірка URL-адрес, аналіз доменних імен та використання верифікованих джерел.

Стимулювання колективних та індивідуальних практик критичного осмислення. Для ефективного протистояння дезінформації недостатньо лише знань. Важливо заохочувати спільні практики аналізу інформації, зокрема, у формі дискусійних клубів, воркшопів та семінарів, де учасники можуть обмінюватися досвідом та спільно розбирати складні кейси. На індивідуальному рівні слід культивувати рефлексивний підхід, що передбачає постійне запитування: «Чому я довіряю цій інформації?», «Які є альтернативні точки зору?». Це сприятиме формуванню особистісної відповідальності за власну інформаційну безпеку.

Ці науково-практичні рекомендації, будучи впровадженими в освітні, соціальні та культурні програми, створять системну основу для підвищення інформаційної безпеки особистості, трансформуючи пасивного споживача інформації на активного, критично мислячого суб'єкта.

3.2. Тренінгові програми розвитку критичного мислення у молоді

У сучасному інформаційному просторі, що характеризується надмірною кількістю контенту, швидкістю його поширення та зростанням маніпулятивних впливів, розвиток критичного мислення у молоді набуває особливої актуальності. Молоді люди становлять найбільш активну частину аудиторії інтернету та соціальних мереж, що робить їх вразливими до фейків, емоційно забарвлених повідомлень та інформаційних маніпуляцій. У цих умовах тренінгові програми, спрямовані на розвиток критичного мислення, відіграють ключову роль у формуванні інформаційної компетентності, цифрової грамотності та вміння здійснювати автономний аналіз інформації. Тренінги критичного мислення мають комплексний характер, поєднуючи теоретичні знання із практичними навичками аналізу інформаційних повідомлень. Одним із центральних принципів таких програм є формування навички усвідомленого сприйняття інформації, тобто здатності не просто читати або переглядати матеріал, а активно ставити запитання, оцінювати його на достовірність та порівнювати з альтернативними джерелами. Ці тренінги спрямовані на те, щоб молодь опанувала інструменти глибинного аналізу інформації та вміла

розпізнавати маніпуляції, що підсилює їхню інформаційну стійкість. Однією з найпоширеніших моделей розвитку критичного мислення є тренінги, що базуються на методі SCRATCH-thinking (Source–Context–Reasoning–Analysis–Truthfulness–Checking–Holistic view), які вчать комплексно оцінювати інформацію, аналізувати її походження та логічну послідовність. У межах таких програм учасники опановують інструменти оцінювання авторитетності джерела, логічного аналізу структури повідомлення, перевірки фактів, виявлення когнітивних упереджень та застосування технік контекстуалізації. Застосування цих навичок у практичних вправах, рольових іграх та аналізі реальних медіаповідомлень сприяє формуванню глибшого усвідомлення інформаційних ризиків. Тренінгові програми також широко використовують технології дебатів та сократівського діалогу, які стимулюють розвиток аргументаційних навичок. Учасники навчаються формулювати логічні висновки, аналізувати суперечливі твердження, будувати власну позицію та критично оцінювати опонентські аргументи. Такий формат сприяє розвитку когнітивної гнучкості та зменшенню автоматичного сприйняття інформації. Крім того, дебати знижують вплив упереджень підтвердження, оскільки учасники вимушені враховувати альтернативні погляди. Важливою складовою тренінгів є опрацювання когнітивних упереджень, які є природними особливостями людського мислення. Молоді люди вчаться розпізнавати евристики, що впливають на їхні судження: упередження підтвердження, ефект ореолу, евристику доступності, ефект авторитетності та соціального доказу. Практичні вправи дозволяють учасникам усвідомити, як саме ці упередження впливають на їхнє рішення довіряти чи не довіряти інформації, що є особливо важливим у цифровому середовищі, де враження формуються миттєво. Сучасні тренінгові програми також включають елементи медійної та інформаційної грамотності, орієнтовані на аналіз інтернет-контенту. Учасники вивчають структуру фейкових новин, основні типи маніпулятивних заголовків, природу емоційних тригерів та способи їх нейтралізації. Особливий акцент робиться на вмінні використовувати технічні інструменти верифікації: зворотний пошук зображень, перевірка доменів, аналіз метаданих, порівняння інформації з фактчекінговими платформами. Такий

інтегрований підхід забезпечує комплексне розуміння того, як працюють інформаційні маніпуляції та як їм протидіяти. Психологічний аспект тренінгових програм полягає у розвитку саморегуляції та емоційної стійкості, адже значна частина недостовірного контенту ґрунтується на емоційному впливі. У межах тренінгів учасники опановують техніки зниження імпульсивності під час оцінювання інформації, а також навички збереження нейтральності, що дає змогу зменшити вплив страху, гніву чи надмірної довіри, спричинених емоційно забарвленими повідомленнями. Практики усвідомленості (mindfulness) допомагають створити ментальну паузу між сприйняттям повідомлення і його інтерпретацією, підвищуючи якість мислення. Сучасні освітні програми з розвитку критичного мислення також включають роботу зі створення власного контенту та його аналізу. Учасники тренінгів вчать конструювати власні повідомлення, тексти чи відео таким чином, щоб уникати маніпуляцій, зловживання емоційними тригерами та надмірними узагальненнями. Створення контенту дозволяє краще зрозуміти механізми впливу й виробити етичні норми інформаційної поведінки. Ефективність тренінгових програм розвитку критичного мислення підсилюється завдяки моделюванню реальних ситуацій, що включають аналіз новин, відеоматеріалів, коментарів у соцмережах, рекламних повідомлень і політичної агітації. Така практика сприяє формуванню навички швидкого, але зваженого аналізу повідомлень, що є необхідним у повсякденному житті. Узагальнюючи, тренінгові програми розвитку критичного мислення у молоді виконують не лише освітню, а й психологічну функцію. Вони сприяють формуванню інформаційної грамотності, підвищують здатність до аналітичного мислення, зменшують вразливість до маніпуляцій та підвищують рівень інформаційної стійкості. Завдяки цим програмам молоді люди здобувають навички свідомого й відповідального споживання інформації, що є невід'ємною умовою успішної адаптації у сучасному цифровому світі.

У сучасних умовах цифрової трансформації суспільства, стрімкої мілітаризації інформаційного простору та широкого використання маніпулятивних технологій, питання розвитку критичного мислення молоді набуває особливої актуальності. Молодь є найбільш активною категорією

користувачів соціальних мереж та онлайн-платформ, тому саме вона найчастіше стикається з феноменами фейкових новин, дезінформації, пропаганди та психологічного тиску через інформаційні канали. В умовах війни інформаційні загрози посилюються: зростає кількість емоційно забарвлених повідомлень, ворожих інформаційних атак, маніпуляцій, спрямованих на піддрив психологічної стійкості населення. Саме тому організація й впровадження тренінгових програм розвитку критичного мислення стає важливим компонентом психологічного супроводу молоді, підвищення її інформаційної стійкості та здатності до усвідомленого прийняття рішень.

Критичне мислення виступає не лише когнітивною навичкою, а й психологічним ресурсом, що забезпечує здатність особистості протистояти маніпуляціям, розпізнавати приховані мотиви інформаційних повідомлень, оцінювати ризики, прогнозувати можливі наслідки власних рішень та політичних чи соціальних процесів. Психологічні дослідження вказують, що критичне мислення прямо пов'язане з рівнем емоційної стійкості, здатністю до саморегуляції, гнучкістю мислення та конструктивним подоланням когнітивних упереджень. За умов інформаційних нападів та підвищеного стресу внаслідок війни ці чинники стають визначальними.

Таким чином, тренінгова програма розвитку критичного мислення у молоді може розглядатися як елемент психологічної профілактики, інструмент формування інформаційної грамотності та спосіб підвищення загальної резилієнтності особистості. Запропонована нижче модель ґрунтується на сучасних дослідженнях когнітивної психології, соціальної психології, медіаосвіти, нейропсихології та психології розвитку дорослості.

Концептуальні засади тренінгової програми

У розробці програми враховано такі наукові положення:

Критичне мислення – це багатовимірний процес, що включає оцінювання джерела інформації, аналіз змісту, логічну перевірку аргументів, виявлення упереджень та прийняття незалежного рішення.

Молоді люди є найбільш уразливою групою до інформаційних маніпуляцій, оскільки їх інформаційні звички формуються переважно у

цифровому середовищі, де переважає швидкість отримання інформації над якістю її перевірки.

Емоційні реакції відіграють ключову роль у сприйнятті інформації, і тренінг повинен включати елементи емоційної регуляції та практики усвідомленості, що дозволяють зробити мислення більш рефлексивним. Оптимальною є інтерактивна форма навчання, з використанням дискусій, ситуативних вправ, аналізу кейсів, рольових ігор та групового рефлексивного аналізу.

Успішні тренінгові програми ґрунтуються на принципі практико-орієнтованості: засвоєння навичок відбувається через моделювання реальних інформаційних ситуацій.

З огляду на це нами розроблено тренінгову програму, що поєднує когнітивну, емоційну та поведінкову складові розвитку критичного мислення.

Мета, завдання та очікувані результати тренінгової програми

Мета програми. Сформувати у молоді навички критичного мислення, медіаграмотності та емоційної стійкості, що дозволяють ефективно орієнтуватися в інформаційному просторі, протидіяти маніпуляціям та усвідомлено приймати рішення.

Основні завдання програми:

- розвинути вміння аналізувати джерела та перевіряти достовірність інформації;
- навчити методам логічного аналізу, розпізнаванню маніпуляцій та когнітивних упереджень;
- сформувати навички емоційної саморегуляції під час взаємодії з контентом;
- розвинути аргументаційні навички, здатність вести конструктивний діалог та дискусію;
- навчити технік оцінювання ризиків та ухвалення рішень;
- сформувати вміння створювати етично коректний інформаційний контент.

Очікувані результати

Після проходження тренінгу учасники зможуть:

- розрізняти види фейків, маніпуляцій та інформаційних атак;
- ефективно перевіряти інформацію, використовувати фактчекінгові

сервіси;

- усвідомлювати власні когнітивні упередження й контролювати їх вплив;
- емоційно стійко реагувати на інформаційні подразники;
- аргументовано відстоювати свою точку зору;
- застосовувати модель SCRATCH-thinking у щоденному житті;
- створювати медіаматеріали, що відповідають стандартам доброчесності.

Структура тренінгової програми

Тренінг складається з п'яти модулів, кожен з яких спрямований на розвиток певного компонента критичного мислення.

Модуль 1. Основи критичного мислення та інформаційної гігієни.

Тривалість: 3 години

Зміст модуля:

- поняття критичного мислення та його наукові основи;
- моделі мислення: системне, логічне, критичне, рефлексивне;
- інформаційне середовище як джерело ризиків і можливостей;
- психофізіологія реагування на інформацію.

Практичні вправи:

Вправа «Піраміда запитань»

Аналіз інформаційних потоків у соцмережах

Групова дискусія «Чому ми віримо фейкам?»

Модуль 2. SCRATCH-thinking як модель глибинного аналізу інформації.

Тривалість: 4 години

Основні елементи моделі SCRATCH-thinking:

S – Source: хто створив інформацію?

C – Context: у якому контексті вона з'явилася?

R – Reasoning: які аргументи подано і наскільки вони логічні?

A – Analysis: які логічні помилки наявні?

T – Truthfulness: якою є перевірка фактів?

C – Checking: як інформацію можна перепереверити?

H – Holistic view: який цілісний висновок можна зробити?

Практичні активності:

- розбір новин з різних ЗМІ;
- аналіз TikTok/Instagram контенту;
- групове заняття «Детектор маніпуляції».

Модуль 3. Когнітивні упередження та психологія сприйняття інформації.

Тривалість: 3 години.

Основні поняття:

- когнітивні евристики;
- упередження підтвердження;
- ефект ореолу;
- евристика доступності;
- ефект групового мислення;
- емоційні тригери та їх вплив на рішення.

Практичні вправи:

- тест на виявлення домінуючих упереджень;
- рольова гра «Когнітивні пастки у прийнятті рішень»;
- аналіз вірусних новин.

Модуль 4. Аргументація, дебати та сократівський діалог. Тривалість: 4 години

Зміст модуля:

- принципи побудови аргументів;
- логічні помилки та маніпуляції;
- техніка сократівських запитань;
- стратегія ведення конструктивних дебатів.

Практичні вправи:

- створення аргументаційної карти;
- дебати на суперечливі теми;
- вправа «Позиційна зміна» (аналіз аргументів опонента).

Модуль 5. Інформаційна безпека, медіаграмотність і створення контенту. Тривалість: 4 години

Основні компоненти:

- структура фейкових новин;
- механізми інформаційно-психологічних операцій;
- базові стандарти журналістської етики;
- створення текстів, відео та постів без маніпуляцій;
- технічні інструменти верифікації.

Практичні заняття:

- робота з фактчекінговими платформами;
- зворотний пошук зображень;
- створення освітнього контенту з теми критичного мислення.

Методичні рекомендації для тренера

Тренінг проводиться у групах 12–20 осіб із застосуванням інтерактивних технік. Для високої ефективності слід:

- підтримувати атмосферу відкритості й безпеки;
- застосовувати реальні медіаприклади, адаптовані до вікової групи;
- уникати політизованих дискусій без психологічної підтримки;
- забезпечувати чергування інтенсивних та рефлексивних завдань;
- проводити підсумкову рефлексію після кожного модуля.

Оцінювання ефективності тренінгової програми

Оцінювання проводиться за трьома методами:

1. Вхідне та вихідне тестування (рівень знань про маніпуляції; навички критичного аналізу; рівень інформаційної стійкості).
2. Спостереження під час занять (активність учасників; якість аргументаційних виступів; зменшення кількості когнітивних помилок).
3. Самооцінка учасників (відчуття особистої впевненості; здатність розпізнавати фейки; готовність обговорювати інформаційні ризики).

Висновки до підрозділу

Запропонована тренінгова програма розвитку критичного мислення у молоді є комплексним психолого-педагогічним інструментом, що поєднує теоретичні засади, практичні вправи, когнітивні техніки та елементи інформаційної гігієни. Вона спрямована на розвиток аналітичного мислення, навичок медіаграмотності, емоційної стійкості та здатності до усвідомленої взаємодії з інформаційним середовищем.

Тренінг сприяє формуванню у молоді інформаційної автономії, зменшує їхню вразливість до маніпуляцій, підвищує когнітивну гнучкість та здатність до критичного аналізу. У сучасних умовах інформаційної війни такі програми виконують не лише освітню, а й психологічно-захисну функцію, підтримуючи здатність молоді людини зберігати стійкість, приймати зважені рішення та діяти відповідально у цифровому просторі.

Висновки до розділу 3

Інформаційна безпека залежить від когнітивних навичок, а не лише від

технологій. Висновок полягає в тому, що ефективна інформаційна безпека особистості не зводиться до використання технічних засобів захисту. Вона ґрунтується на розвитку критичного мислення та вдосконаленні когнітивних механізмів диференціації інформації. Це передбачає перехід від пасивної довіри до активного, багатокритеріального аналізу інформації. Необхідний перехід від простої категоризації до складної диференціації. Протистояти дезінформації можна, лише відмовившись від спрощеної бінарної логіки («правда»/»брехня»). Особистість має бути навчена ідентифікувати різні рівні достовірності та цілі поширення інформації, сприймаючи її як сукупність дискретних повідомлень, а не як єдиний потік. Це ускладнює маніпуляції та підвищує стійкість до них. Освіта є ключовим інструментом підвищення інформаційної стійкості. Формування інформаційної безпеки повинно стати невід'ємною частиною освітніх та соціальних програм. Впровадження принципів кібергігієни та навчання практикам верифікації інформації, особливо для «груп ризику», є критично важливим для мінімізації загроз. Інформаційна безпека особистості є не статичним станом, а динамічним процесом. Вона вимагає постійного самовдосконалення, рефлексії та колективного обговорення, що дозволяє адаптуватися до нових викликів та форм маніпуляції, які безперервно еволюціонують у цифровому довкіллі.

Поєднання технічних, когнітивних та психологічних інструментів створює цілісну систему перевірки достовірності інформації. У цифровому середовищі важливо не лише володіти навичками користування спеціалізованими сервісами, а й розуміти власні когнітивні упередження, які впливають на довіру до інформації. Комплексний підхід підвищує рівень цифрової грамотності, формує медіаімунітет та забезпечує стійкість до інформаційних маніпуляцій, що є ключовою компетентністю сучасної особистості.

ВИСНОВКИ

1. Проведене магістерське дослідження підтвердило, що довіра до інформації в мережі Інтернет є багатовимірним психологічним явищем, яке інтегрує когнітивні, емоційні та поведінкові компоненти. Отримані результати вказують на необхідність розглядати довіру як структуровану систему персональних уявлень про достовірність інформаційних повідомлень. У ході аналізу встановлено, що рівень довіри залежить від здатності суб'єкта до критичної рефлексії. Інформаційне середовище інтернету виступає соціально-психологічним простором, у якому формується власне індивідуальне бачення соціальної реальності. Зростання кількості інформаційних потоків актуалізує роль психологічних механізмів селективного сприйняття. Простір мережі генерує нові канали впливу, які здійснюються через символічні форми взаємодії та медіа стратегії. Особливу увагу слід приділити особистісній здатності до емоційного саморегулювання, адже саме вона визначає імпульсивність або зваженість інформаційних суджень. Було доведено, що довіра є однією з основних умов інформаційної безпеки особистості в сучасному суспільстві. Її формування потребує урахування не лише когнітивно-операційних аспектів, а й культурно-смыслових орієнтацій індивіда. Отже, довіра в інтернет-середовищі постає як механізм, що забезпечує стабільність взаємодії особистості з інформаційною реальністю.

2. Згідно з результатами дослідження, психологічні механізми довіри реалізуються через систематичне оцінювання характеристик джерела та змісту інформації. Передусім активізується внутрішня когнітивна модель, яка співвідносить отримане повідомлення з попереднім досвідом. Особистість прагне уникнути когнітивного дисонансу, внаслідок чого віддає перевагу інформації, що відповідає її установкам. Такий процес має не лише психологічну, а й філософську природу, адже відображає феномен людської екзистенції в інформаційно-символічному бутті. Механізми довіри функціонують як своєрідні «фільтри смислів», які структурують хаотичне поле інтернет-контенту. Усвідомлення інформаційної взаємозалежності з іншими суб'єктами сприяє посиленню етичного виміру довіри. Критерії

достовірності інформації різняться залежно від соціально-культурного контексту користувача. Особливе значення мають ціннісні орієнтири, що формуються у процесі соціалізації. У зв'язку з цим довіра може розглядатися як особливий механізм смислотворчості. Вона визначає спосіб суб'єктивного конструювання світу, в якому інформація набуває статусу значущої.

3. Емпіричне дослідження показало, що молоді користувачі інтернету часто демонструють високий рівень ситуативної довіри, що пояснюється недостатнім досвідом критичного аналізу інформації. Вони схильні приймати повідомлення на основі емоційної насиченості і візуальної привабливості. З іншого боку, індивіди з вищим рівнем когнітивної рефлексії більш ретельно оцінюють змістовну логіку повідомлення. У такому контексті виникає феномен когнітивної економії, через який відбувається автоматизація інформаційних суджень. Психологічні механізми довіри пов'язані з конативною сферою, адже формують мотивацію для подальшого пошуку інформації. У дослідженні доведено, що довіра визначає активність інформаційної поведінки користувача. Вона виконує функцію психологічного каталізатора, що сприяє формуванню смислових і когнітивних структур. Результати також розкривають, що рівень довіри проявляється у готовності приймати важливі життєві рішення на основі отриманої інформації. Таким чином, механізми довіри взаємодіють із системою цінностей, актуалізуючи їх у конкретних комунікативних ситуаціях. Це свідчить про інтегративний характер довіри як психологічного явища.

4. Феномен довіри до інформації в інтернеті має певні асиметричні властивості: вона формується повільно, але може руйнуватися миттєво під впливом негативного досвіду. Виявлено, що досвід обману або дезінформації призводить до зниження базового рівня довіри та зростання тривожності в інформаційній поведінці. У цьому сенсі довіру можна розглядати як «нормативну очікуваність» правдивості. Вона виконує функцію психологічного конструкту, який забезпечує гармонізацію взаємодії між людиною та інформаційним середовищем. Руйнування довіри породжує феномен інформаційного скептицизму, який ускладнює засвоєння навіть достовірних відомостей. Проте помірний скепсис сприяє підвищенню критичності мислення

та розбудові психологічного імунітету до маніпулятивних впливів. Таким чином, дослідження демонструє необхідність дотримання балансу між довірою та недовірою як умови збереження психічної стабільності. Довіра, що ґрунтується на смисловому усвідомленні, є фактором позитивної адаптації у цифровому середовищі. Її формування залежить від поєднання раціонального та емоційного рівнів сприйняття. У цій логіці довіра постає як екзистенційна позиція людини щодо інформаційного світу.

5. Дослідження виявило, що провідною умовою формування довіри до інформації є чітка ідентифікація джерела, його фаховість та репутація. У сучасному інформаційному просторі репутація формується через велику кількість взаємодій, що створюють у користувача певний образ надійності. Суб'єктивна оцінка цього образу часто ґрунтується на попередньому досвіді позитивної взаємодії. З іншого боку, користувач здатен сприймати репутацію як певне соціальне узгодження між однодумцями, що посилює тенденцію до групового мислення. Механізм репутаційної довіри реалізується через вплив соціального підтвердження та алгоритмів рекомендацій. У результаті виникає явище інформаційної круговерті, у якому довіра перетворюється на автоматизовану реакцію. Розуміння цього факту дозволяє оцінити загрозу некритичного повторного поширення інформації. Водночас саме репутаційне оцінювання стимулює розвиток рефлексивних механізмів, що активізують усвідомлене прийняття інформації. Довіра як соціально-психологічний феномен постає у вигляді динамічного поля смислів, що постійно коригується в процесі досвіду. Отже, довіра в мережі має як індивідуальний, так і колективний вимір.

6. Виявлено, що емоційні процеси відіграють значну роль у формуванні довіри до інтернет-контенту. Багато користувачів сприймають інформацію через призму первинного емоційного резонансу. Це означає, що довіра може будуватися не на логічних аргументах, а на емоційній залученості. У цьому контексті феномен довіри набуває характеру психологічної реактивності, яка залежить від актуального емоційного стану особистості. Емоційний вплив інформації сприяє формуванню ілюзії достовірності, що поглиблює селективне сприйняття. У дослідженні доведено, що розвиток емоційної компетентності

сприяє підвищенню здатності до регуляції довіри. Особливу роль у цьому процесі відіграють такі механізми, як емпатія, рефлексія та емоційна дистанція. Вони дозволяють уникнути імпульсивного прийняття сумнівної інформації. Таким чином, довіра є показником не лише когнітивної критичності, а й емоційної зрілості. Емоційні чинники тісно інтегруються у смислову структуру довіри, формуючи комплексний механізм психологічної взаємодії з інформаційним світом.

7. Аналіз теоретичних положень і емпіричних результатів засвідчив, що довіра визначається також соціально-ціннісними орієнтаціями особистості. У сучасному суспільстві відбувається зміщення акцентів від традиційних соціальних інститутів до мережевих структур, що впливає на формування довіри. Цей процес має філософський вимір, оскільки проявляє зміну смислових горизонтів людського буття. Довіра в мережі часто набуває риси символічної легітимності, що ґрунтується на обмеженій кількості інформаційних взаємодій. Людина потрапляє у простір, де істинність інформації визначається її популярністю, а не змістовою обґрунтованістю. Такий контекст може спричинити зміщення пріоритетів у системі цінностей. Разом з тим довіра може стати основою для створення нових комунікативних спільнот, які орієнтовані на конструктивну взаємодію та обмін знаннями. Формування таких спільнот сприяє розвитку інформаційної етики. Таким чином, довіра постає як фундаментальний механізм соціокультурної інтеграції в цифровому доквіллі. Її особистісно-ціннісний вимір визначає якість життєдіяльності в умовах інформаційного суспільства.

8. Дослідження довело, що оцінювання достовірності інформації відбувається через поєднання інтуїтивних і раціональних механізмів. Інтуїтивний рівень забезпечує швидке реагування на інформаційні стимули, а раціональний – більш глибокий аналіз змісту. У цьому значенні довіра є синтетичним утворенням, яке поєднує різні психічні процеси в єдину систему. Разом з тим встановлено, що надмірне покладання на інтуїтивну оцінку може призвести до ілюзій достовірності та стирання межі між фактом і думкою. Раціональне оцінювання, навпаки, знижує ризик інформаційних помилок, але

іноді уповільнює процес прийняття рішень. Відтак ефективна взаємодія з інформаційним середовищем потребує гармонізації інтуїтивних та свідомих компонентів довіри. Таке гармонійне поєднання створює умови для формування інтегрованої стратегії інформаційної поведінки. Формування цієї стратегії передбачає розвиток когнітивної витривалості та здатності до довготривалого аналізу. Таким чином, довіра забезпечує баланс між швидкістю обробки інформації та глибиною її осмислення. У цьому полягає її фундаментальна адаптивна функція.

9. Довіра до інформації значною мірою залежить від рівня сформованості критичного мислення. Особи з розвиненим критичним мисленням частіше перевіряють декілька джерел, порівнюють інформаційні дані та використовують логічний аналіз. Механізми критичного мислення сприяють усвідомленню прихованих сенсів та потенційних маніпулятивних стратегій. У таких випадках довіра не є автоматичною реакцією, а будується як результат рефлексивної діяльності. Разом з тим у користувачів з низьким рівнем критичного мислення домінує емоційний компонент оцінювання. Це створює ризик для появи некоректних інформаційних висновків. Висновки дослідження свідчать про необхідність розвитку критичного мислення як ключової умови формування здорової довіри. Критичне мислення дозволяє уникати крайнощів – некритичної віри та тотальної недовіри. Отже, довіра може бути інтерпретована як форма раціональної готовності приймати інформацію у випадках, коли вона пройшла процес смислового аналізу. Це підкреслює її адаптивний характер та ключову роль у підтриманні психологічної стійкості в інформаційному середовищі.

10. Отримані в ході дослідження результати дозволили встановити, що одним із важливих чинників довіри є структурованість інформаційного повідомлення. Висока логічна узгодженість, послідовність та чіткість викладення сприяють підвищенню рівня довіри. Натомість хаотичні, суперечливі повідомлення знижують готовність суб'єкта до їхнього прийняття. У цьому вбачається зв'язок між довірою та естетичними аспектами інформації. Структурована інформація створює відчуття смислового порядку, що позитивно впливає на емоційний стан користувача. Такі умови, в свою чергу, активізують

механізми когнітивної інтерпретації та полегшують інтеграцію повідомлень у систему знань. Виявлено також, що структурованість інформації пришвидшує механізми скороченого оброблення даних. Разом з тим, надмірна лаконічність може обмежувати можливості критичного аналізу. Отже, оптимальне поєднання структурованості та семантичної насиченості є важливою умовою формування довіри. У такий спосіб підтверджується необхідність комплексного використання раціональних та естетичних компонентів інформаційного впливу.

11 Узагальнюючи результати дослідження, можна стверджувати, що довіра до інформації в мережі Інтернет є складним інтегрованим феноменом, який поєднує когнітивну, емоційну, соціальну та екзистенційну складову. Вона виконує функцію інформаційної навігації, забезпечуючи суб'єкту орієнтацію у складному багатовимірному середовищі. Психологічні механізми довіри спрямовані на стабілізацію свідомості шляхом формування узгоджених смислових структур. Надзвичайно важливо усвідомлювати, що довіра є не лише реакцією, але і результатом внутрішньої психічної діяльності особистості. Вона формує підґрунтя для розвитку критичного мислення, моральної відповідальності та здатності до рефлексії. Довіра має філософське значення, оскільки визначає базову позицію людини щодо істинності та автентичності буття. У сучасному інформаційному суспільстві вона постає як умова, що дозволяє людині уникнути дезорієнтації та зберегти внутрішню цілісність. Розуміння психологічних механізмів довіри відкриває шлях до створення ефективних програм інформаційної грамотності. Такий підхід сприятиме формуванню нових стратегій безпечної та відповідальної інформаційної поведінки. Довіра, сформована завдяки усвідомленню та рефлексії, може стати основою для гармонійного співіснування людини зі світом цифрових технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акуліч М. Тролінг як феномен мережі Інтернет. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2012. №3. С.175-185.
2. Андрієнко А.О. Інтернет-адикція як форма залежної поведінки. *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Чернігів.: ЧДПСТП, 2008. С.288-292.
3. Асєєва Ю.О. Психологічні засади кіберадикцій в підлітковому та юнацькому віці: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.07. Одеса, 2021. 458 с.
4. Бебик В.М. Глобальне інформаційне суспільство: поняття, структура, комунікації. *Інформація і право*. 2011. №1 (1). С.41-49.
5. Варіативність соціалізації особистості в умовах сучасного інформаційного суспільства: монографія / за ред. Н.М.Токаревої. К.: ТОВ НВП «Інтерсервіс», 2017. 220 с.
6. Веретенко Т.Г., Снітко М.А. Компетентнісний підхід до діяльності підлітків у інтернет-мережі. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. 2010. Вип.84. С.35-39.
7. Деркаченко Я.А. Соціальні мережі як середовище для технологій маніпулятивного впливу. *Сучасний захист інформації*. №1. 2016. С. 51-59.
8. Камінська О.В. Аналіз емпіричного дослідження інтернет-залежності підлітків та юнаків. *Проблеми сучасної психології*. 2014. Вип. 24. С. 339-348.
9. Камінська О.В. Чинники розвитку інтернет-залежності. *Психологічні перспективи*. 2015. Випуск 25. С.65-75.
10. Коломієць О.Г. Медіасоціалізація молоді в сучасному медіапросторі. *Information technologies in education*. 2018. №4 (37). С.64-67.
11. Лазаренко О.А., Веретенко Т.Г. Формування безпечної поведінки в інтернет-мережі. Здобутки та досягнення прикладних та фундаментальних наук XXI століття (7 серпня 2020 рік, Черкаси, Україна). Черкаси: МЦНД, 2020. Том 2. С. 26-28.
12. Олексюк В. Психологічні особливості інтернет-залежності в

підлітковому віці. *Проблеми гуманітарних наук*. Серія: Психологія. 2015. №37. С.200-212.

13. Посохова В.В. Огляд практик спілкування в мережі Інтернет. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. Вип. 31 (34). К.: 2012. С.93-102.

14. Сергеева Н.В. Особливості соціально-педагогічної профілактики адиктивної поведінки у шкільному середовищі. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*: зб. наук. праць. К. 2007. Вип. 10. Кн. 2. С.142-149.

15. Синельникова Т.В. Психологічні особливості підлітків – активних користувачів соціальних мереж. *Наука і освіта*. 2014. №1. С.50-55.

16. Столбов Д. Особливості інтернет-діяльності сучасного підлітка. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету*. Серія «Педагогіка». 2014. № 1 (12). С. 227-233.

17. Церковний А. Аспекти формування інтернет-залежності. *Соціальна психологія*. 2014. (№5 (7)). С.149-154.

18. Шугайло Я.В. Інтернет-залежність та проблеми її профілактики серед дітей та підлітків. *Вісник Запорізького національного університету*. Педагогічні науки. Запоріжжя, 2015. №2 (25). С.17-24.

19. Aderet A. Alert: The Dark Side of Chats Internet without Boundaries. *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*. 2009. Vol. 46, no. 3. P. 162–171.

20. Andreassen C. S., Pallesen S. Social network site addiction an overview. *Current Pharmaceutical Design*. 2014. Vol. 20. P. 4053–61.

21. Bragazzi N. L., Del Puente G. A proposal for including nomophobia in the new DSM-V. *Psychology Research and Behavior Management*. 2014. Vol. 7. P. 155–160.

22. Charlton J. P., Danforth I. D. W. Distinguishing addiction and high engagement in the context of online game playing. *Computers in Human Behavior*. 2007. Vol. 23. P. 1531–48.

23. Dewi R. K., Efendi F., Has E. M., Gunawan J. Adolescents' smartphone use at night, sleep disturbance and depressive symptoms. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*. 2018.

24. Fatemeh B. The social network among the elderly and its relationship with quality of life. *Electron Physician*. 2017. Vol. 9, no. 5. P. 4306–4311.
25. Fisher S. Identifying video game addiction in children and adolescents. *Addictive Behaviors*. 1994. 19. P. 545–553.
26. Gonzales A. L., Hancock J. T. Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*. 2011. Vol. 14. P. 79–83.
27. Grant J. E., Potenza M. N., Weinstein A., Gorelick D. A. Introduction to behavioral addictions. *American Journal of Drug and Alcohol Abuse*. 2010. Vol. 36. P. 233–41.
28. Griffiths M. D. A components model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*. 2005. Vol. 10. P. 191–197.
29. Griffiths M. D. Behavioural addictions: An issue for everybody? *Journal of Workplace Learning*. 1996. Vol. 8, no. 3. P. 19–25.
30. Griffiths M. D. Internet sex addiction: a review of empirical research. *Addiction Theory and Research*. 2012. Vol. V, no. 20. P. 111–124.
31. Harkin L., Kuss D. J. ‘My smartphone is an extension of myself’ – A holistic qualitative exploration of the impact of using a smartphone. *Psychology of Popular Media*. In press. 2020.
32. Ken M. Social Networking Addiction among Health Sciences Students in Oman. *Sultan Qaboos University Medical Journal*. 2015. Vol. 15 (3). <https://doi.org/10.18295/squmj.2015.15.03.009>
33. Lennart R., Kristjan K. Longitudinal associations between problematic social media use and depressive symptoms in adolescent girls. *Preventive Medicine Reports*. 2019.
34. Marilyn C. D. Shopping addiction: a preliminary investigation among Maltese university students. *Addiction Research & Theory*. 2008. Vol. V, no. 16. P. 633–649.
35. Tang C. S., Koh Y. Y. Online social networking addiction among college students in Singapore: Comorbidity with behavioral addiction and affective disorder. *Asian Journal of Psychiatry*. 2017. Vol. 25. P. 175–178.

36. Tracii R., Andrea C., John R., Sophia X. The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of Behavioral Addictions*. 2014. Vol. 3 (3). P. 133–148. <https://doi.org/10.1556/JBA.3.2014.016>

37. Young K. S. Psychology of computer use: addictive use of the Internet, a case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*. 1998. Vol. 79. P. 899–02.