

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ ТА ПЕДАГОГІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

*«Психологічні особливості сприйняття
пропагандистської інформації
студентською молоддю»*

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ПС-22-2
Спеціальності 053 «Психологія»
Прокопенко Б.О.
Керівник: Лебідь О.В., д.пед.н., проф.

м. Дніпро
2026

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 53 с., 2 рис., 8 таблиць, 3 додатки, 63 використаних джерел.

Мета дослідження полягає у виявленні психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та встановленні взаємозв'язків між рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності, схильністю до когнітивних спотворень і здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

Об'єкт дослідження – сприйняття інформації студентською молоддю.

Предмет дослідження – психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю.

Методи дослідження. У дослідженні застосовувались наступні методи. *Теоретичні методи:* аналіз, синтез, узагальнення, систематизація та порівняння наукових джерел з проблеми сприйняття інформації, психологічних механізмів пропагандистського впливу та індивідуально-психологічних особливостей студентської молоді. Зазначені методи використовувалися для уточнення понятійно-категоріального апарату дослідження, обґрунтування його теоретичних положень та визначення психологічних особливостей, що можуть впливати на сприйняття пропагандистської інформації. *Емпіричні методи:* психодіагностичне тестування із застосуванням тесту когнітивної рефлексії (CRT) для дослідження рівня рефлексивного мислення; скороченої шкали особистісної тривожності Спілбергера-Ханіна для визначення рівня особистісної тривожності; авторської шкали когнітивних спотворень для виявлення схильності до когнітивних викривлень; авторського тесту на розпізнавання пропагандистського контенту для дослідження особливостей сприйняття та розпізнавання пропагандистської інформації студентською молоддю. *Методи математичної статистики:* описова статистика (обчислення середніх значень, мінімальних і максимальних показників, частотний аналіз та розподіл результатів за рівнями); кореляційний аналіз із використанням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена для встановлення взаємозв'язків між досліджуваними показниками; якісний аналіз та інтерпретація отриманих результатів.

Теоретичне значення дослідження полягає в узагальненні та систематизації наукових підходів до вивчення психологічних механізмів сприйняття пропагандистської інформації. У роботі уточнено зміст поняття психологічних особливостей сприйняття пропагандистського контенту студентською молоддю та розкрито роль рефлексивного мислення, особистісної тривожності й когнітивних спотворень у процесах оцінювання та інтерпретації інформаційних повідомлень. Результати дослідження доповнюють теоретичні уявлення про психологічні чинники сприйняття інформації в умовах сучасного інформаційного середовища.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів під час розроблення програм розвитку медіаграмотності, критичного мислення та психологічної стійкості студентської молоді до маніпулятивних інформаційних впливів. Отримані результати можуть бути використані в діяльності практичних психологів закладів освіти, у просвітницькій роботі з молоддю, а також у викладанні навчальних дисциплін психологічного спрямування, пов'язаних із проблемами інформаційної безпеки, медіапсихології та критичного мислення.

Перелік ключових слів: пропаганда, пропагандистська інформація, студентська молодь, сприйняття інформації, рефлексивне мислення, особистісна тривожність, когнітивні спотворення, інформаційний вплив, медіаграмотність.

АНОТАЦІЯ
кваліфікаційної роботи
Прокопенко Богдана Олеговича
на тему:
«Психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації
студентською молоддю»

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі інформаційних впливів у сучасному суспільстві, поширенням маніпулятивного контенту в медіапросторі та необхідністю вивчення психологічних чинників, що впливають на сприйняття й оцінювання пропагандистських повідомлень молодими людьми.

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету, завдання, об'єкт, предмет, сформульовано гіпотези дослідження, охарактеризовано методи дослідження, розкрито наукову новизну, теоретичне та практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі здійснено теоретичний аналіз наукових підходів до проблеми сприйняття інформації та психологічних механізмів пропагандистського впливу. Розкрито сутність пропаганди як психологічного та соціально-комунікативного феномену, охарактеризовано особливості інформаційних маніпуляцій у сучасному медіапросторі. Визначено роль рефлексивного мислення, особистісної тривожності та когнітивних спотворень як психологічних характеристик, що можуть впливати на особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю.

У другому розділі представлено результати емпіричного дослідження психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю. Описано організацію дослідження, охарактеризовано вибірку та використаний психодіагностичний інструментарій. Проаналізовано рівень рефлексивного мислення, особистісної тривожності та схильності до когнітивних спотворень респондентів, а також особливості розпізнавання ними пропагандистського контенту. Встановлено, що більшість учасників дослідження продемонстрували достатньо високий рівень здатності до розпізнавання пропагандистської інформації. За результатами кореляційного аналізу статистично значущих взаємозв'язків між досліджуваними психологічними характеристиками та здатністю розпізнавати пропагандистський контент не виявлено.

У висновках узагальнено результати теоретичного та емпіричного дослідження, сформульовано основні висновки щодо психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та окреслено перспективи подальших наукових пошуків.

Ключові слова: пропаганда, пропагандистська інформація, студентська молодь, сприйняття інформації, рефлексивне мислення, особистісна тривожність, когнітивні спотворення, інформаційний вплив, медіаграмотність.

SUMMARY
's Qualification Thesis

**‘
C
h
a
r
a
c
t
e
r
i
s
t
i
c
s
a
a
m
o
n
g
,**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙНЯТТЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ.....	
Психологічна природа сприйняття інформації.....	
Пропаганда як психологічний та соціально-комунікативний феномен.....	
Індивідуально-психологічні характеристики студентської молоді як чинник сприйняття інформації.....	
Психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю.....	
Висновки до першого розділу.....	
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙНЯТТЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ.....	
Організація та методи дослідження.....	
Психологічні характеристики студентської молоді як чинники сприйняття пропагандистської інформації.....	
Особливості сприйняття та розпізнавання пропагандистської інформації студентською молоддю.....	
Встановлення взаємозв'язку між психологічними характеристиками студентів та особливостями сприйняття пропагандистської інформації.....	
Висновки до другого розділу.....	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний інформаційний простір відзначається стрімким збільшенням обсягів медіаконтенту та одночасним зростанням рівня його маніпулятивності. В умовах повномасштабної збройної агресії Російської Федерації проти України інформаційна війна перетворилася на окремий напрям протистояння. Вона виявляється у цілеспрямованому психологічному впливі на свідомість громадян задля дестабілізації суспільства, формування деструктивних настанов та підриву національної єдності. За таких обставин аналіз психологічних механізмів сприйняття пропаганди набуває не лише теоретичного, але й практичного значення.

Студентська молодь є вразливою цільовою аудиторією для інформаційних маніпуляцій. З одного боку, вікові та нейробіологічні особливості цієї групи (зокрема, незавершеність формування ідентичності, схильність до конформізму та недостатня зрілість критичного мислення) підвищують її чутливість до пропагандистських наративів. З іншого боку, саме студентське середовище має вагомий потенціал для розвитку медіаграмотності, що є основою психологічної стійкості до дезінформації.

Проблема сприйняття пропагандистського контенту є предметом міждисциплінарних досліджень. У психологічній науці вагомий внесок у розуміння когнітивної обробки інформації зробили Д. Канеман, який розробив дуальну модель мислення, Дж. ЛеДу, який дослідив роль емоцій у сприйнятті загрозливих стимулів, та Р. Ніккерсон, який систематизував феномен упередження підтвердження. Психологічну природу пропаганди вивчали Е. Пратканіс та Е. Аронсон, Ж. Еллюль, а також Г. Джоуетт і В. О'Доннелл. Роль рефлексивного мислення як чинника стійкості до маніпулятивних впливів висвітлено у працях Ш. Фредеріка, Г. Пеннікука та Д. Ренда. Питання інформаційної безпеки та протидії інформаційним загрозам в українському контексті розглядали В. Горбулін, С. Драбюк та інші дослідники.

Попри значний масив наукових праць, недостатньо вивченими залишаються психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською

молоддю в умовах сучасного інформаційного середовища та воєнного стану. Зокрема, потребують подальшого дослідження питання ролі рефлексивного мислення, особистісної тривожності та когнітивних спотворень у процесі оцінювання інформаційних повідомлень і розпізнавання пропагандистського контенту. Зазначене зумовлює актуальність теми дослідження.

Мета дослідження полягає у виявленні психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та встановленні взаємозв'язків між рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності, схильністю до когнітивних спотворень і здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

Об'єкт дослідження – сприйняття інформації студентською молоддю.

Предмет дослідження – психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю.

Концептуальна гіпотеза дослідження полягає в припущенні, що психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю пов'язані з рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності та схильністю до когнітивних спотворень. Вищий рівень рефлексивного мислення, нижчий рівень особистісної тривожності та менша вираженість когнітивних спотворень сприяють більш критичному сприйняттю інформації та ефективнішому розпізнаванню пропагандистського контенту.

Емпіричні гіпотези:

снує позитивний зв'язок між рівнем рефлексивного мислення та здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

снує негативний зв'язок між рівнем особистісної тривожності та здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

снує негативний зв'язок між схильністю до когнітивних спотворень та здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

Для реалізації мети дослідження, були поставлені наступні **завдання**:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до проблеми сприйняття інформації та психологічних механізмів пропагандистського впливу.

2. Розкрити сутність пропаганди як психологічного та соціально-комунікативного феномену.

3. Визначити психологічні характеристики студентської молоді, які можуть впливати на сприйняття пропагандистської інформації.

4. Дослідити рівень рефлексивного мислення студентської молоді.

5. Визначити рівень особистісної тривожності студентської молоді.

6. Виявити ступінь схильності студентської молоді до когнітивних спотворень.

7. Дослідити особливості розпізнавання пропагандистського та маніпулятивного контенту студентською молоддю.

8. Охарактеризувати психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та встановити взаємозв'язки між досліджуваними показниками.

Для розв'язання поставлених завдань було використано комплекс взаємопов'язаних **методів дослідження**. *Теоретичні методи:* аналіз, синтез, узагальнення, систематизація та порівняння наукових джерел з проблеми сприйняття інформації, психологічних механізмів пропагандистського впливу та індивідуально-психологічних особливостей студентської молоді. Зазначені методи використовувалися для уточнення понятійно-категоріального апарату дослідження, обґрунтування його теоретичних положень та визначення психологічних особливостей, що можуть впливати на сприйняття пропагандистської інформації. *Емпіричні методи:* психодіагностичне тестування із застосуванням тесту когнітивної рефлексії (CRT) для дослідження рівня рефлексивного мислення; скороченої шкали особистісної тривожності Спілбергера-Ханіна для визначення рівня особистісної тривожності; авторської шкали когнітивних спотворень для виявлення схильності до когнітивних викривлень; авторського тесту на розпізнавання пропагандистського контенту для дослідження особливостей сприйняття та розпізнавання

пропагандистської інформації студентською молоддю. *Методи математичної статистики*: описова статистика (обчислення середніх значень, мінімальних і максимальних показників, частотний аналіз та розподіл результатів за рівнями); кореляційний аналіз із використанням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена для встановлення взаємозв'язків між досліджуваними показниками; якісний аналіз та інтерпретація отриманих результатів.

Емпіричну базу дослідження становило цифрове інформаційно-комунікаційне середовище, сформоване на базі онлайн-платформи Google Forms та студентських онлайн-спільнот, через які здійснювався збір емпіричних даних. Дослідження проводилося протягом березня – квітня 2026 року в дистанційному форматі із залученням студентської молоді та осіб молодого віку, які вже здобули вищу освіту.

Теоретичне значення дослідження полягає в узагальненні та систематизації наукових підходів до вивчення психологічних механізмів сприйняття пропагандистської інформації. У роботі уточнено зміст поняття психологічних особливостей сприйняття пропагандистського контенту студентською молоддю та розкрито роль рефлексивного мислення, особистісної тривожності й когнітивних спотворень у процесах оцінювання та інтерпретації інформаційних повідомлень. Результати дослідження доповнюють теоретичні уявлення про психологічні чинники сприйняття інформації в умовах сучасного інформаційного середовища.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що: *уточнено* наукові уявлення про психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю; *систематизовано* психологічні характеристики, які можуть бути пов'язані з особливостями сприйняття та розпізнавання пропагандистського контенту, зокрема рефлексивне мислення, особистісну тривожність та схильність до когнітивних спотворень; *конкретизовано* роль зазначених психологічних характеристик у процесі оцінювання інформаційних повідомлень студентською молоддю; *набули подальшого розвитку* наукові положення щодо психологічних механізмів сприйняття пропагандистської інформації та чинників стійкості

особистості до маніпулятивних інформаційних впливів в умовах сучасного інформаційного середовища.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів під час розроблення програм розвитку медіаграмотності, критичного мислення та психологічної стійкості студентської молоді до маніпулятивних інформаційних впливів. Отримані результати можуть бути використані в діяльності практичних психологів закладів освіти, у просвітницькій роботі з молоддю, а також у викладанні навчальних дисциплін психологічного спрямування, пов'язаних із проблемами інформаційної безпеки, медіапсихології та критичного мислення.

Апробація результатів дослідження. Результати бакалаврської роботи було представлено на Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції «Педагогічна освіта в період трансформації: наукові пошуки та інноваційні практики» (24 квітня 2026 р., м. Запоріжжя) та XVII Міжнародна науково-практичній конференції студентів, аспірантів та науковців «Практична психологія у сучасному вимір» (21 квітня 2026 р., м. Дніпро).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Список використаних джерел містить 63 найменувань, з них 22 – іноземною мовою. Загальний обсяг роботи викладено на 53 сторінки. Робота містить 8 таблиць 2 рисунки та 3 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОБЛЕМИ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙНЯТТЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ

Психологічна природа сприйняття інформації

Сприйняття (або перцепція) є фундаментальним когнітивним процесом, який визначає характер взаємодії особистості з навколишнім середовищем та є первинною основою для побудови суб'єктивної картини світу людини. У когнітивній психології сприйняття розглядається не як пасивне, дзеркальне відбиття зовнішніх стимулів, а як складна, високоактивна та конструктивна психічна діяльність, яка спрямована на здобуття, структурування, декодування та змістовну обробку інформаційних потоків, які надходять до людини із зовнішнього середовища. Цей процес має виражений суб'єктивний характер, оскільки перцептивний образ відтворює не абстрактну людину, а конкретну особистість з її унікальним життєвим досвідом, ціннісними орієнтаціями, потребами, мотивами та когнітивними установками. Будь-яке сприйняття є суспільно зумовленим, оскільки сприйнятий психікою зміст інтегрується в соціокультурну систему понять та категорій, що є продуктом суспільно-історичного досвіду людства [4, с. 287].

Наразі, наукове розмежування відчуття та сприйняття є ключовим для розуміння природи психічного відображення дійсності. Якщо відчуття за своєю суттю є мономодальним процесом, який відображає лише окремі фізико-хімічні властивості та ознаки об'єктів, такі як, наприклад, колір, звук, температура чи текстура, при безпосередньому впливі на відповідні рецептори, то сприйняття демонструє якісно новий ступінь чуттєвого пізнання. Воно не зводиться до простого підсумовування або механічної об'єднання окремих відчуттів, а є складним синтетичним процесом. Сприйняття завжди доповнюється і опосередковується наявними в особистості знаннями, її минулим досвідом та її інтелектуальною діяльністю [33].

Історико-теоретичний аналіз становлення психології пізнання вказує на вагомий внесок вітчизняних дослідників у розуміння природи сприйняття. Видатний український психолог М. Ланге розробив моторну теорію сприймання та обґрунтував концепцію його фазового розгортання, де будь-який чуттєвий образ починається з недиференційованого імпульсу у свідомості, переходячи через ідентифікацію модальності та просторових характеристик до повної змістовної категоризації об'єкта діяльнісному й активному характері сприймання, зазначаючи, що перцептивний образ формується, коригується та трансформується безпосередньо в процесі предметної діяльності суб'єкта і є її невід'ємним регулятором [19]. Відтак, сучасна психологічна наука розглядає сприймання не як пасивне, дзеркальне копіювання стимулів, а як динамічний процес активного пошуку, добору, обробки та інтерпретації інформації, спрямований на збереження когнітивного балансу індивіда з навколишнім середовищем.

Фізіологічним підґрунтям формування сприйняття є складні умовно-рефлекторні зв'язки, які утворюються в корі великих півкуль головного мозку при дії на органи чуття комплексних подразників. Перцептивний образ формується на основі спільної діяльності кількох аналізаторів, об'єднаних у функціональну систему, що надає сприйняттю полімодального характеру. Основними властивостями перцептивного образу є його цілісність, яка виявляється у відображенні предмета в сукупності всіх його рис як єдиного цілого, та структурність, що полягає у відображенні стійких відношень та зв'язків між елементами об'єкта, які формуються у людини протягом певного часу [23, с. 68].

Важливу роль у динаміці сприйняття інформації, особливо в умовах емоційного стресу або дефіциту часу, відіграє функціональна взаємодія відділів вегетативної нервової системи. Симпатична нервова система активізує механізми збудження та мобілізації організму, такі як підвищення артеріального тиску, прискорення серцебиття та дихання тощо, забезпечуючи когнітивну та фізичну готовність людини

до екстрених реакцій. Натомість, парасимпатична нервова система координує процеси гальмування та заспокоєння, які за умов надмірного стресового тиску можуть трансформуватися у перцептивний ступор або стан когнітивного заціпеніння. Зазначені фізіологічні реакції безпосередньо впливають на фокусування уваги, де за умов гіперактивації симпатичного відділу відбувається звуження перцептивного поля (так званий «тунельний зір»), що призводить до фрагментарного сприйняття інформації та блокування аналітичних центрів кори головного мозку [21; 22].

Процес розуміння людиною вербальної та текстової інформації є складним мовленнєвим процесом, який фізіологічно забезпечений взаємодією першої та другої сигнальних систем, які дозволяють людині кодувати чуттєві образи у формі абстрактно-понятійних конструктів. Психолінгвістичні дослідження вказують, що сприйняття мовного повідомлення проходить через три послідовні нейрокогнітивні етапи, а саме первинне фізичне сприйняття сигналу (акустичного або графічного), його порівняння з індивідуальною «базою понять», що зберігається в довготривалій пам'яті, та подальша розшифровка і смислова інтерпретація. Результатом цього процесу є розуміння (або нерозуміння) отриманого повідомлення, що безпосередньо детермінує подальші поведінкові реакції людини. При цьому, для ефективного усного сприйняття ключове значення має активне слухання, тобто слухання, яке зорієнтоване на точне декодування змісту, а також емпатійне слухання, за якого одна людина концентрується на зчитуванні невербальних та емоційних почуттів іншої, що часто виявляється ефективнішим для міжособистісного переконання, ніж сухий раціональний аналіз [7, с. 32].

Процес інтеграції відчуттів у цілісний образ регулюється фундаментальними властивостями сприймання, які визначають його структуру, стабільність та змістовне наповнення. Однією з провідних властивостей є предметність, яка полягає у виокремленні та проектуванні перцептивного образу на безпосередній об'єкт зовнішнього світу, що сприймається як фізичне тіло, відокремлене в просторі та часі. Предметність заважає людині плутати внутрішні психічні стани з об'єктивними

процесами та забезпечує практичне орієнтування в навколишньому середовищі. Тісно пов'язаною з нею є цілісність сприймання, яка виявляється в тому, що образ об'єкта постає перед людиною як завершена, єдина структура, навіть якщо деякі його елементи тимчасово недоступні для безпосередньої рецесії. На відміну від мономодальних відчуттів, цілісність формується на основі взаємодії кількох аналізаторів, об'єднаних у складну функціональну систему [17].

Важливими характеристиками, що визначають логічну впорядкованість перцептивного образу, є його структурність та осмисленість. Структурність виявляється в тому, що сприймання не є простим конгломератом миттєвих відчуттів, а у ньому відображаються стійкі просторово-часові відношення між різними властивостями предмета, формування яких вимагає певного часу для узагальнення сенсорного досвіду. Осмисленість сприймання свідчить про глибокий зв'язок чуттєвого пізнання з мисленням та мовленнєвим кодуванням. Сприймаючи новий об'єкт, індивід не лише фіксує його зовнішній вигляд, але й підсвідомо відносить його до певної категорії, дає йому словесне найменування та намагається розкрити його функціональне призначення, спираючись на попередні знання [20, с. 150].

Особливе значення для стабільності психічного життя мають константність та апперцепція. Константність забезпечує відносну сталість сприйняття ключових параметрів об'єкта, а саме його форми, кольору, розміру, при зміні фізичних умов спостереження, наприклад, при коливанні освітлення чи зміні відстані до предмета. Без константності сприйняття світ перетворився б на хаотичний потік стимулів, що унеможливило б будь-яку предметну діяльність. Своєю чергою, апперцепція виражає глибоку залежність сприймання від змісту внутрішнього психічного життя особистості, її минулого життєвого досвіду, знань, установок, інтересів та емоційного стану. Апперцепція надає сприйманню активного, суб'єктивного та вибіркового характеру, визначаючи, які саме елементи інформаційного потоку будуть зафіксовані свідомістю, а які будуть проігноровані [34, с. 193].

Специфіка перцептивної діяльності кожної людини значною мірою визначається її провідною репрезентативною системою, яка виступає як домінантний сенсорний канал отримання, первинного оброблення, структурування та відтворення інформації. У сучасній прикладній психології виділяють чотири основні репрезентативні системи, а саме візуальну (зір), аудіальну (слух), кінестетичну (тактильні відчуття, рухова активність, нюх і смак) та дискретну, або дигітальну (орієнтовану на логічний аналіз, оперування цифрами, знаками та абстрактними символами). Незважаючи на те, що кожна людина підсвідомо використовує всі перелічені канали, один із них майже завжди є провідним, що визначає індивідуальний когнітивний стиль особистості [46, с. 114].

Визначення провідного сенсорного каналу має критичне значення для побудови успішних комунікативних стратегій. Маніпулятивний вплив та професійні психотехнології орієнтуються на мову предикатів співрозмовника; ведення розмови з реципієнтом на «його мові» (наприклад, використання візуальних метафор у розмові з візуалом) дозволяє суттєво знизити його психологічний захист та полегшити прийняття нав'язаних рішень. Звернення до об'єкта комунікації має будуватися через призму його репрезентативної системи («Як ви оцінюєте цю ситуацію? У чому ви вбачаєте перешкоду?»), що дозволяє йому відповідати на питання легше і ясніше, створюючи ілюзію повної довіри та ментального віддзеркалення [30; 35].

Оскільки швидкість надходження інформації з навколишнього середовища постійно зростає, людський мозок стикається з проблемою хронічного інформаційного перевантаження. Щоб уникнути перенапруги та забезпечити високу швидкість прийняття рішень, психіка використовує механізми швидкого евристичного аналізу, які Д. Канеман та А. Тверські описали як джерело когнітивних упереджень (викривлень), а саме систематичних, передбачуваних відхилень від раціональності в судженнях та виборі. Ці когнітивні упередження діють переважно у підсвідомій зоні мислення, викривляючи об'єктивне сприйняття реальності на користь наявних стереотипів, бажань чи емоційних установок індивіда [62].

До найбільш поширених когнітивних упереджень, які безпосередньо впливають на характер сприйняття інформації та використовуються як мішені зовнішнього маніпулювання, належать такі явища, як «ефект якорування», що визначається як схильність людини підсвідомо фокусуватися на першій отриманій інформації (навіть якщо вона є абсолютно несуттєвою чи неправдивою), використовуючи її як вихідну точку для оцінки всіх наступних даних; «праймінг», який є психологічним ефектом, за яким попередньо пред'явлений стимул (наприклад, емоційно забарвлене слово, зображення чи подія) підсвідомо налаштовує мозок на певну інтерпретацію наступної інформації, визначаючи вибір без усвідомлення цього процесу; «фреймінг», який складається з залежності сприйняття однієї й тієї самої інформації від форми її подання (наприклад, позитивного чи негативного формулювання контексту), що повністю змінює оцінку ситуації реципієнтом; «упередження підтвердження», що є вибірковою увагою та схильністю шукати, інтерпретувати й запам'ятовувати лише ту інформацію, яка узгоджується з уже сформованими переконаннями чи стереотипами особистості, водночас ігноруючи або критично відкидаючи будь-які контраргументи; «поляризоване мислення», тобто когнітивне викривлення за типом «все або нічого», яке змушує індивіда класифікувати оточуючий світ виключно у крайніх категоріях (правильно/неправильно, погано/добре, свій/чужий), повністю блокуючи розгляд складнішої та нюансованої інформації; та «ефект ілюзії правди», яких визначається як схильність людини вірити у достовірність інформації лише на тій підставі, що вона неодноразово зустрічалася раніше, оскільки багаторазове повторення робить сприйняття твердження когнітивно легким та звичним.

Окрім зазначених фільтрів, важливе значення мають такі когнітивні деформації, як ефект Даннінга-Крюгера (коли особи з низьким рівнем компетентності переоцінюють свої аналітичні здібності), упередження погляду в минуле (або схильність сприймати випадкові події як передбачувані після того, як вони відбулися), а також ефект контролю, який спонукає людей вірити у свою здатність впливати на процеси, що насправді підпорядковані випадковості. Усвідомлення наявності цих

когнітивних упереджень та розвиток навичок їхнього своєчасного розпізнавання є критично важливими кроками для нейтралізації маніпулятивного впливу та підвищення об'єктивності інтелектуальної діяльності індивіда [25; 41].

Розвиток сучасного інформаційного суспільства та глобальних комунікацій зумовив виникнення медіапсихології як окремої синтетичної наукової дисципліни, яка досліджує закономірності поведінки, емоцій та когнітивних процесів індивіда під впливом засобів масової та індивідуальної комунікації. Медіасфера сьогодні є не просто ретранслятором новин, а основним простором конструювання медіаландшафту та формування суспільного порядку. Використовуючи інструменти психологічного впливу, масмедіа здатні не лише мотивувати особистість до певних дій, але й утримувати її в стані постійної емоційної активності відповідно до заданої проблематики, що генерує такі специфічні ефекти, як страх, емпатія чи гнів [24].

Однією з найважливіших когнітивних трансформацій сьогодення є формування так званого «кліпового мислення», яке характеризується фрагментарністю, нелінійністю, синергетичністю та мозаїчністю сприйняття інформації. Людина із кліповим типом мислення орієнтується на короткі, яскраві інформаційні повідомлення, швидко перемикає увагу, проте втрачає здатність до тривалої концентрації та глибокого системного аналізу, що робить її ідеальною мішенню для емоційних маніпуляцій. З метою задоволення інтересів політичних чи корпоративних еліт сучасні медіа активно використовують «парасоціальну комунікацію», тобто психологічний ефект виникнення ілюзорного двостороннього зв'язку між реципієнтом та екранним персонажем чи блогером, унаслідок чого аудиторія починає безкритично переймати погляди та поведінкові маркери свого «кумира» [14].

Інформаційно-психологічний вплив у медійному просторі часто базується на експлуатації колективних емоцій (паніки, ейфорії, образи або ненависті), які є набагато легшими для управління, ніж емоційні стани окремого індивіда. Коли людина бачить, що інші учасники медіапростору поділяють ті самі емоційні прояви

втягується в колективне переживання, що діє як емоційний підсилювач та блокує раціональне мислення. Емоції, активовані медіапсихологічними методами, виявляються значно сильнішими за логічні аргументи, оскільки вони мають силу руйнувати або створювати соціальні стереотипи та регулювати обсяг інформації, яку індивід здатен обробити. За умов відсутності психологічного захисту та навичок критичного аналізу медіаконтенту реципієнт стає безпорадним перед маніпулятивними технологіями, серед яких найнебезпечнішою є пропаганда.

Пропаганда як психологічний та соціально-комунікативний феномен

У системі соціальних комунікацій та політичної психології пропаганда визначається як систематичний, цілеспрямований процес поширення та навіювання ідей, поглядів, доктрин або чуток з метою зміни громадської думки, формування конкретного світогляду мас та стимулювання їхньої поведінки у заздалегідь визначеному напрямі. Пропаганда є асиметричною формою комунікації, ефективність якої безпосередньо залежить від використаних маніпулятивних технік та контролю над джерелами поширення інформації. Вона суттєво відрізняється від вільного обміну ідеями своєю умисністю, оскільки пропагандист завжди має прихований намір та діє в інтересах певної політичної, державної чи корпоративної групи, використовуючи інформацію як психологічну зброю впливу на масову свідомість [32, с. 188].

Теоретико-методологічні засади дослідження пропаганди базуються на працях провідних західних соціологів та психологів. Г. Ласвелл ще у 1927 році визначив пропаганду як технологію використання значущих символів (гасел, міфів, образів) для зміни колективних установок суспільства. Він чітко розмежовував пропаганду й освіту, де якщо освіта прагне навчити індивіда мислити самостійно, то пропаганда має на меті нав'язати готові поведінкові шаблони та оціночні судження [53]. У свою чергу, Л. Фрейзер інтерпретував пропаганду як мистецтво спонукання людей до такої поведінки, яку б вони ніколи не продемонстрували за відсутності цього

цілеспрямованого інформаційного стимулювання [52]. Сучасний філософ Б. Стенлі розглядає пропаганду через призму консенсвоналізму як ефект поведінкового переконання, що базується на створенні дискретних психологічних стимулів та артефактів (фільмів, музики, слоганів), які апелюють до гносеологічних вразливостей людської психіки [61].

Окреме місце у теоретичній базі посідає концепція Е. Бернейса, який у своїй класичній праці «Пропаганда» 1928 року описав її як науковий та прагматичний метод свідомого управління колективним несвідомим. На його думку, ментальні установки мас є пластичним матеріалом, який спеціалісти зі зв'язків з громадськістю та урядові структури здатні програмувати для досягнення соціального консенсусу, що може призводити до сакралізації лідерів держави, перетворюючи їх у свідомості людей на «божественні постаті» [1]. Розвиваючи ці ідеї, А. Гакслі виділив три фундаментальні технології пропаганди, а саме багаторазове повторення бажаних тверджень, умисне замовчування альтернативних фактів та раціоналізація емоційних реакцій в інтересах зацікавленої сторони. У квазімеханістичному розумінні пропаганда постає не як поширення складних ідеологій, а як трансляція простих психоаналітичних стимулів, які викликають автоматичні дії та містичні пориви у натовпі [11; 56].

У науковій літературі пропаганда класифікується за різними критеріями, що відображає її структурну диверсифікованість та здатність адаптуватися до різних соціокультурних умов. За критерієм джерела походження та ступеня відвертості інформаційних потоків традиційно виділяють три базові види, а саме офіційна (або біла) пропаганда, яка виходить від відкрито заявленого, легітимного суб'єкта інформаційної політики (державних органів, політичних партій), спирається на реальні факти, проте інтерпретує їх у вигідному для себе світлі; «сіра пропаганда», яка характеризується приховуванням справжнього анонімного джерела інформації, активно використовує чутки, напівправду та маніпулятивні технології, що балансують на межі суспільної моралі та пристойності; та «чорна пропаганда», яка свідомо маскує своє джерело, видаючи себе за інформацію, що надходить із протилежного табору,

базується на масштабній дезінформації, фальсифікаціях та фейках з метою посіяння паніки, дестабілізації суспільного ладу та дискредитації опонентів.

За характером цільової спрямованості та сферою реалізації пропаганду поділяють на політичну та соціальну. Політична пропаганда розглядається як інструмент систематичного впливу на свідомість мас з метою реалізації конкретних ідеологічних завдань у передвиборчих програмах, публічних виступах чи під час утримання державної влади авторитарними режимами. Соціальна пропаганда, яка тісно перетинається із соціальною рекламою, спрямована на популяризацію патріотизму, громадянської відповідальності та загальнонаціональних цінностей, апелюючи до глибинних емоційних мотивів громадян. Обидва види пропаганди мають глибокі точки дотику із соціальною міфологією, оскільки вони маніпулюють масовою свідомістю через впровадження стійких стереотипів та спрощених поведінкових маркерів [12; 38].

Реалізація пропагандистського впливу на суспільство є чітко структурованим процесом, який проходить через три послідовні хронологічні фази, першою з яких є так звана підготовча фаза, яка передбачає зондування громадської думки, вивчення суспільних настроїв, аналіз рівня довіри до фейкових новин та дестабілізацію когнітивної стабільності мас з метою створення сприятливого психологічного ґрунту для майбутніх викидів. Далі іде активна фаза, яка характеризується масованим накопиченням інформаційного тиску, спонуканням населення до конкретних дій (маршів, голосування, підтримки військових дій) за допомогою маніпулятивних тактик, залякування та погроз. Після активної фази настає «фаза приховування слідів», яка полягає у системному запереченні, замовчуванні або виправданні злочинів та помилок режиму за допомогою тотального контролю над інформаційним простором та контрпропаганди [12].

Еволюція пропагандистських технологій охоплює тисячоліття людської історії, демонструючи перехід від примітивного символічного тиску до глобальних цифрових операцій. Елементи витонченого пропагандистського впливу присутні вже у пам'ятках

Стародавнього Сходу, зокрема у преамбулі до Кодексу законів царя Хаммурапі, де декларувався намір божественного захисту слабких від сильних, хоча реальний зміст статей передусім обслуговував інтереси рабовласницької знаті. В античній Греції та Римі пропаганда розвивалася через ораторське мистецтво, будівництво тріумфальних арок та карбування профілів імператорів на монетах, проте ці технології залишалися локальними та фрагментарними через відсутність технічних засобів масового тиражування.

Справжнім історичним днем народження інституційної пропаганди вважається 22 червня 1622 року, коли Папа Григорій XV заснував у Ватикані Святу Конгрегацію пропаганди віри. Цей інститут був створений для систематичного поширення католицького віровчення на нових територіях та протидії поширенню протестантської Реформації в Європі. Ватиканська пропагандистська машина стала першим у світі всеохоплюючим апаратом інформаційного впливу, де було створено друкарні для випуску релігійної літератури, запроваджено безкоштовну поштову розсилку матеріалів Конгрегації по всьому світу та організовано системну підготовку професійних проповідників. Тоді ж термін «пропаганда» увійшов у загальновживану наукову та політичну термінологію [5, с. 8].

Новий етап еволюції пропаганди розпочався у роки Першої світової війни, коли індустріальні держави вперше усвідомили колосальне значення масової психологічної мобілізації тилу. Використовуючи досвід американського Комітету з питань суспільної інформації, Едвард Бернейс, натхненний психоаналітичними теоріями свого дядька З. Фрейда, розробив наукові засади зв'язків з громадськістю (PR) та комерційної пропаганди. У своїх працях 1920-х років він продемонстрував, як маніпулювання несвідомими потягами та символами дозволяє керувати поведінкою споживачів та виборців [1].

У XX столітті пропаганда перетворилася на тотальний інструмент контролю в руках диктатур. У нацистській Німеччині Міністерство пропаганди Й. Геббельса монополізувало пресу, радіо та кінематограф, розробивши технології тотальної

дегуманізації євреїв та інших етнічних груп за допомогою расової концепції «*untermensch*» (недолюдина). Паралельно в СРСР функціонував радянський апарат «Агітпропу» (відділ агітації та пропаганди при ЦК КПРС), який здійснював тотальне ідеологічне кодування радянського суспільства, використовуючи цензуру та масовий терор [6].

На початку XXI століття пропаганда трансформувалася в один із провідних інструментів гібридної війни. Російська Федерація звела мистецтво пропаганди до системного рівня, використовуючи глобальні телевізійні мережі, бот-ферми в соціальних мережах, кібердиверсії та штучний інтелект (дипфейки) для руйнування демократичних інститутів на Заході та виправдання своєї агресії проти України. Сучасна пропаганда діє як вірус, що створює в організмі людини стійкий, замкнений інформаційний світ, руйнація якого загрожує когнітивною деструкцією особистості реципієнта [8].

Психологічна сила пропаганди базується на її здатності маніпулювати емоційною сферою індивіда, повністю пригнічуючи його раціональні та аналітичні фільтри. Пропагандисти умисно насичують інформаційні повідомлення тривожними або надихаючими образами, які викликають сильне психоемоційне збудження (страх, гнів, паніку, гордість, надію). За умов активації емоційного центру мозку (амигдали) логічний аналіз кори великих півкуль блокується, і реципієнт безкритично сприймає будь-яке нав'язане тлумачення подій. Одним із базових механізмів є створення спрощеної чорно-білої дихотомії «Герой-Ворог». Образ «Героя» конструюється для консолідації суспільства навколо лідера чи армії, тоді як образ «Ворога» піддається тотальній дегуманізації та демонізації [31].

У процесі воєнного конфлікту дегуманізація супротивника виконує важливу психологічну функцію, а саме вона знижує бар'єр емпатії у населення, виправдовує насильство, полегшує завоювання територій та знімає з агресора моральну відповідальність за скоєні воєнні злочини. Для цього активно використовуються зневажливі ярлики; наприклад, російська пропаганда в інформаційній війні проти

України систематично використовує ярлики «фашисти», «карателі-бандерівці» та ін., намагаючись викликати у російського обивателя стійкі асоціації з нацистськими злочинцями та виправдати геноцид українського народу [37].

Прикладний інструментарій пропагандистського маніпулювання включає сім класичних технологій, які були класифіковані Інститутом аналізу пропаганди США (1937–1942) та залишаються базовими для сучасного медіапростору:

авішування ярликів, що складається з використання образливих або залякуючих назв для дискредитації опонента без жодного логічного обґрунтування. Таврування будь-яких проявів національної самоідентифікації як «екстремізму» або «націоналізму»; Блискуче твердження», яке визначається як використання абстрактних, позитивно забарвлених понять (свобода, стабільність, демократія) для виправдання сумнівних дій. Проголошення військового вторгнення як «гуманітарної місії з відновлення миру».

Перенесення», що є методом асоціювання авторитету, престижу та авторитетності поважних інституцій (армії, церкви, науки) з пропагованим об'єктом. Демонстрація релігійних лідерів, які благословляють політичні рішення або військову техніку.

Рекомендація авторитету, тобто залучення відомих акторів, спортсменів, блогерів або лідерів думок для публічного схвалення політичного курсу. Участь естрадних зірок у пропагандистських мітингах-концертах.

Прості люди». Даний метод використовується для позиціонування елітарного політика чи олігарха як звичайної, простої людини, близької до народу. Публікація сюжетів, де державний лідер купує продукти у звичайному супермаркеті або спілкується з робітниками заводу.

Підтасування карт», або навмисний вибір лише вигідних фактів, аргументів та статистики при повному замовчуванні чи запереченні суперечливих даних. Щоденні звіти про економічні перемоги чи успіхи на фронті при повному замовчуванні втрат та кризових явищ.

Оркестровий фургон», який виражається у експлуатації конформізму та стадного

інстинкту індивіда через твердження, що «всі навколо вже підтримують цю ідею». Публікація соціологічних звітів з показниками підтримки лідера на рівні 90%, що змушує незгодну меншість мовчати.

Психологічна ефективність цих технологій суттєво посилюється за умов тотального дозування інформації, коли висвітлюється лише вигідна частина відомостей, а інша ретельно приховується, що повністю викривляє сприйняття об'єктивної реальності реципієнтом [10].

Таким чином, теоретичний синтез представленого вище матеріалу демонструє глибоку взаємозалежність між психологічною природою сприйняття та соціокомунікативним феноменом пропаганди. Пропаганда не є зовнішнім, чужорідним елементом, який механічно накладається на психіку особистості; вона паразитує на природних еволюційних механізмах когнітивної системи людини. Обмеженість ресурсів уваги, домінування швидких евристичних фільтрів (апперцепції, праймінгу, фреймінгу) та прагнення мозку уникати когнітивного дисонансу роблять індивіда вразливим до систематичного символічного та емоційного маніпулювання. Пропагандисти свідомо конструюють медіаландшафт таким чином, щоб він відповідав індивідуальним типам сприйняття та активував колективні емоційні тригери, блокуючи аналітичний контроль кори великих півкуль головного мозку.

Індивідуально-психологічні характеристики студентської молоді як чинник сприйняття інформації

Студентський вік є особливим сенситивним періодом онтогенезу, який характеризується завершенням формування цілісної картини світу, становленням стійких ціннісних орієнтацій та інтенсивним розвитком вищих інтелектуальних функцій. Проте, цей етап також супроводжується специфічними психологічними труднощами, а саме необхідністю адаптації до умов вищої школи, високою емоційною

напруженістю та схильністю до тривожних станів. Особливості сприйняття та переробки інформації в цьому віці безпосередньо зумовлені низкою індивідуально-психологічних параметрів, серед яких провідне місце посідають когнітивні стилі, локус контролю, рівень емоційного інтелекту та вираженість академічної мотивації [2, с. 8].

Когнітивний стиль визначає індивідуально-своєрідний характер пізнавальної діяльності та віддзеркалює стабільні способи сприйняття, аналізу, систематизації, оцінювання та категоризації інформаційних потоків. Когнітивні стилі виступають як метакогнітивні здібності, що відповідають за загальну координацію та регуляцію інтелектуальної діяльності суб'єкта [29]. У структурі когнітивної сфери студентської молоді виокремлюють кілька ключових стильових дихотомій:

Першою такою дихотомією є аналітичність-холістичність. Студенти з вираженою аналітичною тенденцією схильні деталізувати когнітивні завдання, розчленовувати складну проблему на ізольовані компоненти для встановлення детальних причинно-наслідкових зв'язків. Натомість холістичний стиль спрямований на глобальне, цілісне сприйняття явища у його первинному контексті, що полегшує швидке схоплення суті, але підвищує ризик ігнорування важливих деталей. Другою дихотомією є полenezалежність-полезалежність. Полenezалежні студенти демонструють здатність легко абстрагуватися від фонового тиску навколишнього інформаційного середовища (поля), самостійно структурувати хаотичні дані та виявляти латентні закономірності. Полезалежні особистості є більш чутливими до зовнішніх орієнтирів, авторитетів та соціального контексту. Науково доведено, що поєднання полenezалежності, аналітичності та гнучкості мислення виступає надійним внутрішнім предиктором високої стресостійкості та успішного копінгу в кризових ситуаціях [44]. Третьою дихотомією є візуально-вербальний когнітивний стиль. Відповідно до положень теорії подвійного кодування, пізнавальна система людини оперує двома автономними, але взаємопов'язаними каналами репрезентації: вербальним (спрямованим на послідовне опрацювання лінгвістичних та текстових

структур) та невербальним (відповідальним за просторовий та образний аналіз). Сучасні тривимірні моделі когнітивного стилю диференціюють три базові виміри: об'єктно-образний стиль (спрямований на деталізоване, яскраве сприйняття конкретних картинок та образів), просторово-образний стиль (орієнтований на аналіз схематичних зображень, просторових відношень та діаграм) та вербальний стиль (орієнтований на текстове мислення). Студенти з вербальним профілем демонструють вищу точність під час аналізу логічної аргументації текстів, тоді як візуалізатори є більш сприйнятливими до ілюстративного та графічного маніпулятивного контенту

Ментальне опрацювання даних також регулюється такими стилями, як конкретність – абстрактність, імпульсивність – рефлексивність (швидкість прийняття рішень в умовах невизначеності), когнітивна простота – складність (кількість незалежних критеріїв оцінки дійсності) та загострення – згладжування (чутливість до дрібних змін у стимульному матеріалі). Студенти з високою когнітивною складністю будують багатовимірні гіпотези і є менш вразливими до категоричних пропагандистських гасел [27].

Наступною характеристикою є локус контролю, який визначається як генералізоване очікування особистості щодо джерел контролю над власним життям та яке виступає базовим параметром саморегуляції студентів. Він формується в процесі соціалізації та визначає специфіку інтерпретації причинно-наслідкових зв'язків в інформаційному просторі [58].

Студенти з внутрішнім (інтернальним) локусом контролю виходять із переконання, що результати їхньої діяльності, академічні успіхи та життєві події є прямим наслідком їхніх власних зусиль, рішень, компетентності та наполегливості. Отримуючи незадовільний результат (наприклад, низький бал за іспит), інтернальний студент демонструє конструктивну рефлексію, де він визнає брак підготовки та коригує власну освітню стратегію. В інформаційній сфері інтернали виявляють

виражену проактивність, прагнення до самостійної перевірки даних та здатність відстоювати власну думку.

Студенти із зовнішнім (екстернальним) локусом контролю приписують відповідальність за події зовнішнім силам – фатуму, везінню, обставинам, авторитетним особам або інституціям. Вони схильні до пасивної життєвої позиції, часто демонструють вивчену безпорадність, відчувають нездатність впливати на події та легко піддаються зовнішньому тиску й тривозі. Екстернальність суттєво підвищує сприйнятливність до маніпулятивних повідомлень, оскільки такі особистості схильні беззастережно покладатися на думку «впливових інших» та уникати інтелектуальних зусиль, необхідних для самостійного аналізу.

Важливим чинником є те, що самоконтроль виступає потужним медіатором у взаємозв'язку між локусом контролю та психічним здоров'ям студентів, де високий рівень самоконтролю посилює позитивні ефекти інтернальності, забезпечуючи надійну емоційну та поведінкову стійкість [47; 54].

Юнацький вік також характеризується високою емоційною сенситивністю, де різноманітні виклики породжують тривожні стани. Проявом цього є «екзаменаційна тривожність», що поєднує в собі когнітивний компонент (нав'язливі сумніви у власній успішності, побоювання провалу) та афективний компонент (емоційне збудження, нервозність, агресивні спалахи). Впоратися з цими негативними проявами студентам допомагає висока внутрішня мотивація, завдяки якій академічні труднощі інтерпретуються не як загроза, а як стимул до мобілізації власних ресурсів [40, с. 210].

Емоційний інтелект розглядається як інтегральне психічне утворення, що забезпечує здатність особистості ідентифікувати, розуміти, диференціювати, екологічно виражати та регулювати власні емоційні стани та емоції оточуючих з метою конструктивного вирішення життєвих завдань. У науково-практичній моделі RULER (Єльський центр емоційного інтелекту) базові навички емоційного інтелекту мають чітко структурований характер:

озпізнавання – фіксація емоційних сигналів у себе та в інших.

озуміння – усвідомлення глибинних причин виникнення емоцій та прогнозування їхніх поведінкових наслідків.

аркування – здатність вербалізувати та точно позначати емоції за допомогою багатого понятійного словника.

ираження – адекватна маніфестація емоційних станів відповідно до культурних та соціальних норм.

егулювання – застосування ефективних стратегій мінімізації деструктивних та максимізації конструктивних емоцій [43].

Дослідження демонструють, що високий емоційний інтелект безпосередньо корелює з успішністю засвоєння інформаційної грамотності, виступаючи надійним захисним фактором проти деструктивного впливу стресорів. Зокрема, було виявлено статистично значущий позитивний зв'язок між загальним рівнем емоційного інтелекту та показниками цифрової грамотності ($r = 0.779$, $p < 0.001$), а також процесами саморегуляції ($r = 0.745$, $p < 0.001$). Одночасно зафіксовано виражений взаємозв'язок між емоційним інтелектом та шкалою академічного стресу ($r = 0.523$, $p < 0.001$), при цьому цифрова грамотність виступає як ефективний частковий медіатор. Це означає, що студенти з розвиненими навичками емоційного інтелекту та впевненим володінням цифровими інструментами значно успішніше долають навчальне навантаження та демонструють високу стійкість до інформаційного пересичення [51].

Сучасна епоха характеризується тотальною цифровізацією, за якої глобальна мережа стала головним та беззастережним джерелом інформації для студентської молоді. Проте цей перехід супроводжується глибокими деформаціями перцептивної та оцінної діяльності особистості. Якщо в історичній ретроспективі домінувала стійка звичка довіряти традиційним друкованим джерелам інформації, які заздалегідь проходили суворий професійний та редакційний контроль, то сьогодні високий рівень довіри до інтернет-контенту поєднується з відсутністю бажання й умінь перевіряти його достовірність та повноту. Головним когнітивним бар'єром на шляху до адекватного сприйняття інформації виступає феномен кліпового (фрагментарного)

мислення. Електронні медіа транслюють дані у хаотичному, роздробленому форматі окремих яскравих сюжетів (кліпів), які швидко змінюють один одного й не мають чіткого логічного зв'язку. Такий тип подачі приховує реальні причинно-наслідкові зв'язки подій та перешкоджає формуванню у студентів цілісної, несуперечливої картини світу. Більше того, комерціалізація медіаплатформ, зниження стандартів професійної журналістики та засилля блогерів, які ігнорують етичні норми заради збільшення переглядів, перетворюють сучасний медіапростір на потужний інструмент маніпулятивного впливу [36].

В умовах тотального маніпулятивного тиску головним внутрішнім чинником збереження когнітивної автономії та психологічної стійкості студентської молоді виступає розвинене критичне мислення. Критичне мислення - це свідомий, дисциплінований, раціональний та самокоригуючий інтелектуальний процес, спрямований на об'єктивний аналіз інформації, відокремлення доведених фактів від суб'єктивних припущень, виявлення логічних помилок та ухвалення обґрунтованих рішень. Воно дозволяє особистості формувати власні судження на основі фактів, протидіяти інформаційному тиску та виявляти високу толерантність до неоднозначності.

Критичність як індивідуальна властивість особистості формується впродовж усього життя і реалізується крізь призму трьох послідовних фаз пізнання. Першою є фаза виклику, яка складається з актуалізації наявного досвіду, пробудження пізнавального інтересу до проблеми та первинне формулювання запитань. Наступною фазою є фаза реалізації, яка включає у себе безпосередній контакт із новою інформацією, її критичне читання, активний пошук суперечностей та логічний аналіз. Останньою фазою є рефлексія, а саме інтеграція отриманих знань у власну когнітивну систему, оцінка процесу мислення, самокорекція та перебудова власних переконань під впливом беззаперечних аргументів [39].

Психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю

У сучасних умовах інформаційного протистояння пропаганда стає одним із найпотужніших інструментів впливу на масову свідомість. Студентська молодь, як найбільш активна та соціально мобільна група, що постійно перебуває в цифровому просторі, виявляється особливо вразливою до маніпулятивного контенту. Психологічне сприйняття пропаганди цією аудиторією визначається як індивідуальними когнітивними особливостями, так і соціальними факторами, що формують її світогляд.

Специфіка сприйняття пропаганди студентською молоддю значною мірою залежить від рівня розвитку критичного мислення та медіаграмотності. Молоді люди, що звикли споживати інформацію у форматі «кліпового мислення», яке було розглянуто у попередньому підрозділі, часто схильні до поверхневого аналізу контенту. Психологічний захист у такому разі знижується, оскільки емоційно насичена інформація сприймається як істинна без перевірки джерел. Встановлено, що чим вищий рівень емоційної залученості в тему, тим нижча здатність особистості до раціональної оцінки пропагандистських тверджень [13].

Когнітивні механізми, які сприяють засвоєнню пропаганди, включають ефект ілюзорної правди та упередження підтвердження. Студенти, як і будь-яка інша аудиторія, схильні шукати інформацію, яка відповідає їхнім попереднім переконанням. Пропагандистський контент успішно експлуатує цю схильність, пропонуючи готові пояснення складних соціальних подій. Це створює так звані «ехо-камери» в соціальних мережах, де молодь отримує підтвердження власних упереджень, що посилює вплив маніпулятивних повідомлень. Психологічний вплив пропаганди також корелює з рівнем соціальної тривожності та невизначеності, які є високими в умовах війни чи соціальних криз. У стані стресу особистість схильна шукати швидкі та однозначні відповіді, що робить її вразливою до популістських

гасел. Пропаганда створює штучні дихотомії, розділяючи світ на «своїх та чужих», що відповідає глибинній психологічній потребі у груповій ідентифікації та захисті [57].

Важливим аспектом є роль соціальних груп та лідерів думок у сприйнятті інформації. Студенти часто орієнтуються на цінності своєї референтної групи, що робить груповий тиск потужним механізмом поширення пропагандистських наративів. Якщо певна ідея стає соціально схваленою в студентському середовищі, вона засвоюється без критичного аналізу. Це підтверджується дослідженнями соціального впливу, які вказують на важливість групової конформності [26].

Когнітивний дисонанс є ще одним бар'єром, який пропаганда успішно долає. Коли нова інформація суперечить переконанням молоді, виникає психологічний дискомфорт. Пропаганда пропонує готові інструменти для нівелювання цього дискомфорту, переконуючи реципієнта у хибності альтернативних поглядів. Таким чином, замість того, щоб переглянути свою позицію, студент стає ще більш радикальним у своїх переконаннях під впливом зовнішніх стимулів [9].

Розвиток медіаграмотності серед молоді визначається науковцями як ключова стратегія психологічного захисту. Це включає не лише технічні навички роботи з інформацією, а й розвиток метакогнітивних здібностей, таких як уміння аналізувати власні розумові процеси. Психологічна резильєнтність до пропаганди вимагає систематичного тренування критичного аналізу та розуміння механізмів маніпуляції, які застосовуються медіаресурсами [18].

Варто також звернути увагу на вплив візуального контенту, який переважає в сучасних медіа. Психологічні дослідження показують, що візуальні образи обходять раціональні фільтри сприйняття швидше, ніж текстова інформація. Для студентської молоді, яка є активним користувачем соціальних платформ з візуальним контентом, пропаганда, загорнута в естетично привабливі або емоційно шокуючі зображення, стає значно важчою для критичного аналізу [3].

Таким чином, психологічні особливості сприйняття пропаганди студентською молоддю є комплексними та багатогранними. Вони лежать на перетині когнітивних

навичок, емоційної регуляції та соціальних процесів. Здатність до протистояння пропаганді не є вродженою, а формується шляхом навчання, розвитку критичного мислення та усвідомлення власної вразливості до маніпуляцій.

Останні емпіричні дослідження підтверджують, що рівень освіти не завжди є гарантією захисту від пропагандистського впливу. Дослідження, опубліковане у 2025 році, засвідчило, що студенти, попри високий рівень критичного мислення, схильні до когнітивних помилок при оцінці верифікованості новин, пов'язаних із соціально-політичними конфліктами. Зокрема, було виявлено, що підтверджувальне упередження суттєво знижує здатність молоді ідентифікувати неправдивий контент, оскільки вони несвідомо надають перевагу інформації, що узгоджується з їхніми попередніми цінностями [48].

Психологічна вразливість молоді в цифровому середовищі посилюється впливають на інших людей значно сильніше, ніж на них самих. Це веде до зниження критичної пильності при споживанні медіаконтенту. Ці дані корелюють із результатами систематичного огляду, де зазначається, що використання інформаційної грамотності є недостатнім без усвідомленого критичного ставлення до аргументації в соціальних мережах [55].

Важливим фактором є роль соціальних алгоритмів, які створюють «ехо-камери». Дослідники підкреслюють, що звичне використання соціальних мереж студентами часто супроводжується відчуттям соціального зобов'язання до участі в обговореннях, що, за відсутності належних навичок перевірки фактів, полегшує поширення пропаганди. Хоча розвиток навичок медіаграмотності позитивно впливає на здатність розпізнавати маніпуляції, навіть користувачі з великим досвідом часто демонструють лише помірну здатність до виявлення політичної дезінформації [59].

Експериментальні дані також вказують на важливість превентивних стратегій. Наприклад, навчання фактчекінгу та розвиток інформаційної резильєнтності є значно ефективнішими методами, ніж просте обмеження доступу до певних джерел

інформації. Науковці наголошують на необхідності інтеграції критичного аналізу як базової компетенції для студентської молоді, оскільки саме когнітивні стратегії є найбільш дієвими інструментами протидії пропагандистському впливу [63].

Висновки до першого розділу

На основі проведеного теоретичного аналізу можна зробити висновок, що сприйняття інформації є фундаментальним когнітивним процесом, який має активний, конструктивний та суб'єктивний характер, що визначається минулим досвідом особистості, її потребами, установками та емоційним станом. У структурі перцептивної діяльності ключову роль відіграють властивості цілісності, предметності, структурності, осмисленості, константності та апперцепції, які забезпечують стабільність і вибірковість відображення дійсності. Функціонування репрезентативних систем (візуальної, аудіальної, кінестетичної, дигітальної) зумовлює індивідуальні когнітивні стилі та визначає вразливість особистості до маніпулятивних впливів, оскільки апелювання до провідного сенсорного каналу знижує психологічний захист реципієнта. Механізми когнітивних упереджень (ефект якорування, праймінг, фреймінг, упередження підтвердження, ілюзія правди тощо), а також явище кліпового мислення, яке поширене в сучасному медіасередовищі, суттєво викривляють об'єктивний аналіз інформаційних потоків, роблячи індивіда вразливим до зовнішнього маніпулювання.

Пропаганда, своєю чергою, являє собою не просто сукупність інформаційних повідомлень, а системний, цілеспрямований психологічний вплив, який паразитує на природних когнітивних обмеженнях людини та експлуатує її емоційну сферу. Історична еволюція пропаганди свідчить про перехід від примітивних релігійних і політичних гасел до складних гібридних технологій, що використовують цифрові платформи, соціальні мережі та штучний інтелект. Ключовими механізмами пропагандистського впливу виступають навішування ярликів, створення дихотомії

«герой-ворог», дегуманізація опонента, а також техніки «оркестрового фургону», «блискучого твердження» та підтасування фактів. Ефективність пропаганди значно підвищується за умов тотального дозування інформації, емоційного стресу та відсутності альтернативних джерел даних, що блокує аналітичні функції кори головного мозку.

Студентська молодь як особлива соціально-психологічна група перебуває в сенситивному періоді становлення світогляду, що поєднує високий інтелектуальний потенціал із емоційною лабільністю, тривожністю та потребою в груповій ідентифікації. Серед індивідуально-психологічних чинників, що модулюють сприйняття пропаганди, найвагомішими є когнітивні стилі, локус контролю та рівень розвитку емоційного інтелекту. Інтернальні студенти з полenezалежним, аналітичним стилем та високим емоційним інтелектом демонструють більшу стійкість до маніпуляцій, тоді як екстернальні, полenezалежні особистості з низькою здатністю до саморегуляції є легкою мішенню для пропагандистських впливів. Феномен кліпового мислення, спричинений цифровізацією освітнього та комунікативного простору, призводить до фрагментарності, поверхневості аналізу та зниження критичності, що особливо характерно для сучасного студентства.

Специфіка сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю визначається комплексною взаємодією когнітивних, емоційних та соціальних чинників. Пропаганда виявляється найбільш ефективною, коли вона апелює до готових стереотипів, експлуатує упередження підтвердження та створює ілюзію правди через багаторазове повторення. Соціальні алгоритми медіаплатформ формують «ехо-камери», які підсилюють груповий конформізм та ізолюють студента від альтернативних точок зору, а ефект третьої особи знижує критичну пильність. Візуальний контент обходить раціональні фільтри швидше за текстовий, що робить візуально орієнтованих студентів особливо вразливими. Водночас розвинене критичне мислення, навички фактчекінгу та медіаграмотність виступають провідними внутрішніми ресурсами протидії пропаганді, хоча навіть високоосвічені студенти

можуть демонструвати когнітивні помилки під час оцінювання соціально-політичної інформації, що підкреслює необхідність системного формування психологічної резильєнтності як метакогнітивної компетенції. Таким чином, теоретичний аналіз засвідчує, що ефективна протидія пропагандистському впливу на студентську молодь потребує врахування всього комплексу розглянутих психологічних механізмів від базових властивостей сприйняття до специфічних індивідуально-особистісних характеристик та соціально-комунікативних умов.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПРИЙНЯТТЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКОЇ ІНФОРМАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ.

2.1. Організація та методи дослідження

Представлене емпіричне дослідження було проведено з метою виявлення психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю. У межах дослідження такими особливостями визначено рівень рефлексивного мислення, особистісну тривожність, схильність до когнітивних спотворень, а також здатність студентів розпізнавати пропагандистський і маніпулятивний контент.

Мета емпіричного дослідження полягає у виявленні психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та з'ясуванні характеру їх прояву у процесі розпізнавання маніпулятивного контенту.

Для реалізації мети дослідження було поставлено такі **завдання**:

- ослідити рівень рефлексивного мислення студентської молоді.
- визначити рівень особистісної тривожності студентської молоді.
- виявити ступінь схильності студентів до когнітивних спотворень.
- цінити здатність студентської молоді розпізнавати пропагандистську та маніпулятивну інформацію.
- характеризувати психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю на основі узагальнення результатів емпіричного дослідження.

Концептуальна гіпотеза дослідження полягає в припущенні, що психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю пов'язані з рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності та схильністю до когнітивних спотворень. Вищий рівень рефлексивного мислення, нижчий рівень особистісної тривожності та менша вираженість когнітивних спотворень сприяють

більш критичному сприйняттю інформації та ефективнішому розпізнаванню пропагандистського контенту.

Емпіричні гіпотези:

снує позитивний зв'язок між рівнем рефлексивного мислення та здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

снує негативний зв'язок між рівнем особистісної тривожності та здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

снує негативний зв'язок між схильністю до когнітивних спотворень та здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

Організація і методи дослідження. Емпіричне дослідження проводилося протягом березня – квітня 2026 року в дистанційному форматі з використанням платформи Google Forms. Участь у дослідженні була добровільною та анонімною. Респондентам надавалася інформація про мету дослідження, порядок виконання завдань та конфіденційність отриманих результатів.

Для збору емпіричних даних було використано комплекс психодіагностичних методик, спрямованих на вивчення психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю. У межах дослідження психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації операціоналізовано через такі показники, як рівень рефлексивного мислення, особистісна тривожність, схильність до когнітивних спотворень та здатність розпізнавати пропагандистський і маніпулятивний контент.

Для діагностики рівня рефлексивного мислення використовувався **Тест когнітивної рефлексії (Cognitive Reflection Test, CRT)**, розроблений Ш. Фредеріком. Методика спрямована на визначення здатності людини контролювати інтуїтивні відповіді та переходити до аналітичного осмислення інформації. Тест складається з трьох завдань, у яких очевидна інтуїтивна відповідь є помилковою, а правильне розв'язання потребує активації аналітичного мислення. Результат оцінюється за шкалою від 0 до 3 балів. Вибір даної методики зумовлений тим, що CRT є одним із

найбільш валідних та поширених інструментів оцінювання рефлексивного мислення. Дані сучасних досліджень свідчать, що низькі показники CRT пов'язані зі схильністю до некритичного сприйняття дезінформації та маніпулятивних повідомлень.

Для визначення рівня особистісної тривожності застосовувалася **скорочена шкала особистісної тривожності Спілбергера-Ханіна (STAI)**. Методика містить 10 тверджень, які оцінюються за чотирибальною шкалою від 1 («майже ніколи») до 4 («майже завжди»). Загальний показник може варіюватися від 10 до 40 балів. Використання цієї методики обумовлене тим, що тривожність розглядається як психологічна характеристика, здатна впливати на критичність оцінювання інформації, особливо в умовах емоційно насичених або загрозливих повідомлень.

Для виявлення схильності до когнітивних спотворень використовувалася **авторська шкала когнітивних спотворень**, розроблена на основі когнітивної теорії А. Бека. Методика складається з восьми тверджень, що дозволяють оцінити чотири типи когнітивних спотворень: дихотомічне мислення, катастрофізацію, надмірну генералізацію та апеляцію до авторитету. Оцінювання здійснювалося за п'ятибальною шкалою від 1 («зовсім не властиво») до 5 («дуже властиво»), а сумарний показник міг становити від 8 до 40 балів. Вибір цієї методики зумовлений тим, що зазначені типи когнітивних спотворень безпосередньо пов'язані з механізмами пропагандистського та маніпулятивного впливу, розглянутими в теоретичній частині дослідження.

Для оцінювання здатності респондентів розпізнавати маніпулятивний контент було використано **авторський тест на розпізнавання пропагандистського контенту**. Методика включала вісім інформаційних повідомлень, серед яких чотири містили ознаки пропагандистського впливу, а чотири були нейтральними. Респондентам пропонувалося визначити достовірність кожного повідомлення, обираючи один із двох варіантів відповіді: «достовірно» або «недостовірно». За кожну правильну відповідь нараховувався один бал, максимальний результат становив 8 балів. Застосування цієї методики дозволило безпосередньо оцінити практичну

здатність досліджуваних розпізнавати пропагандистські та маніпулятивні повідомлення.

Таким чином, використаний комплекс психодіагностичних методик забезпечив можливість комплексного вивчення психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та подальшого аналізу взаємозв'язків між рефлексивним мисленням, особистісною тривожністю, когнітивними спотвореннями і здатністю розпізнавати маніпулятивний контент.

Характеристика вибірки дослідження. У дослідженні взяли участь 43 респонденти віком від 18 до 30 років, середній вік яких становив 23 роки. До вибірки увійшли студенти закладів вищої освіти м. Дніпро, а також молоді люди, які нещодавно завершили навчання та здобули вищу освіту. Формування вибірки здійснювалося за принципом доступності. Серед учасників дослідження переважали дівчата – 28 осіб (65%), юнаків було 15 осіб (35%) (див. рис. 2.1).

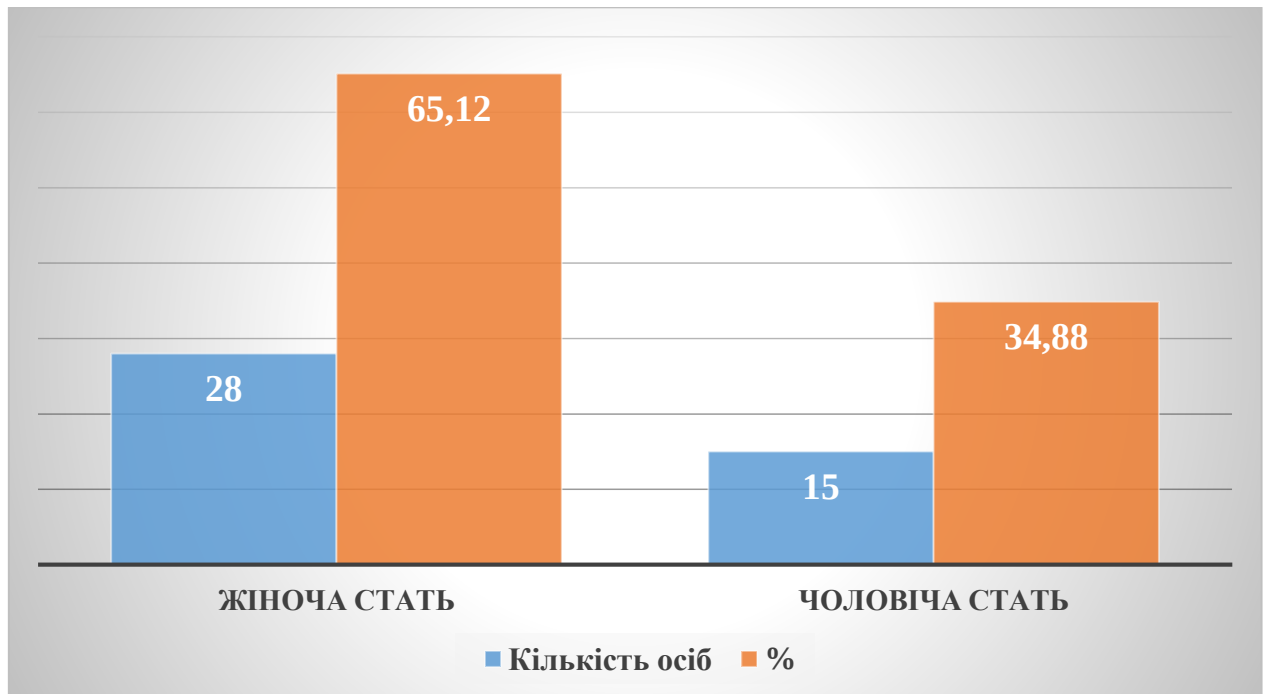


Рис. 2.1. Розподіл вибірки за статтю

Переважну більшість вибірки становили респонденти віком 18–25 років (38 осіб, або 88,4%), що відповідає віковому періоду «виникаючої дорослості» (emerging adulthood), виокремленому американським психологом розвитку Джеффрі Дженсеном Арнеттом. Саме цей віковий період характеризується активним формуванням світоглядних установок, ціннісних орієнтацій, способів опрацювання інформації та критичного осмислення суспільних подій, що обумовлює його значущість для дослідження особливостей сприйняття пропагандистської інформації [42].

До вибірки також були включені респонденти віком понад 25 років, які відповідали визначеним критеріям відбору та належали до молодіжної вікової категорії. Аналіз отриманих результатів засвідчив відсутність суттєвих відмінностей їхніх показників від загального розподілу даних, що дало підстави розглядати вибірку як цілісну сукупність для подальшого статистичного аналізу.

За освітнім статусом респонденти розподілилися таким чином: студенти бакалаврату 1–2 курсів – 9 осіб (20,93%), студенти бакалаврату 3–4 курсів – 10 осіб (23,26%), студенти магістратури – 4 особи (9,30%), особи, які вже здобули вищу освіту, – 20 осіб (46,51%) (див. рис. 2.2).

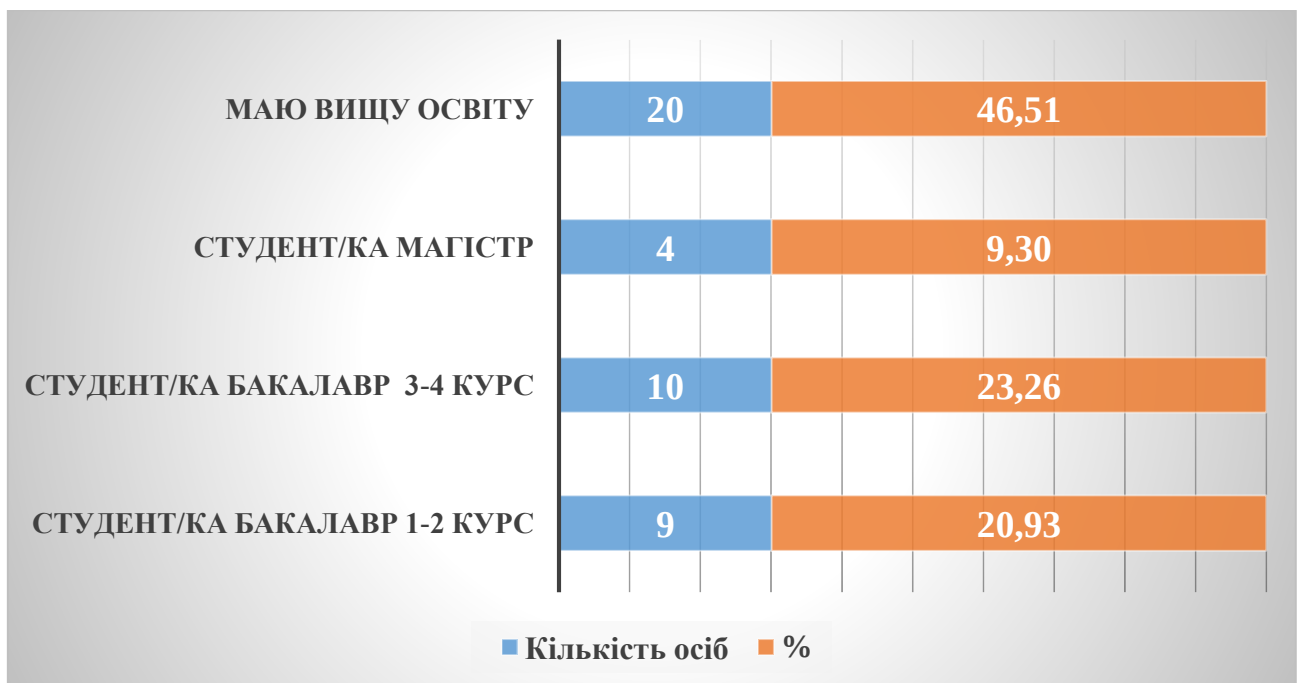


Рис. 2.2. Розподіл вибірки за вищою освітою

Таким чином, вибірка характеризується достатньою різноманітністю за освітнім статусом, що забезпечує можливість аналізу психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації серед представників студентської молоді та молодих осіб із нещодавно завершеною вищою освітою.

Психологічні характеристики студентської молоді як чинники сприйняття пропагандистської інформації

У цьому підрозділі представлено результати діагностики психологічних характеристик студентської молоді, які відповідно до теоретичного аналізу можуть бути пов'язані з особливостями сприйняття пропагандистської інформації. Зокрема, досліджено рівень рефлексивного мислення, особистісної тривожності та схильності до когнітивних спотворень. Зазначені характеристики розглядаються як потенційні психологічні чинники, що можуть впливати на критичність оцінювання інформаційних повідомлень, розпізнавання маніпулятивних впливів та особливості сприйняття пропагандистського контенту.

Результати діагностики рефлексивного мислення (CRT)

Тест когнітивної рефлексії (CRT) був застосований для визначення здатності досліджуваних пригальмовувати інтуїтивні відповіді та переходити до раціонального, аналітичного осмислення інформації. Результати представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Розподіл респондентів за рівнем рефлексивного мислення (CRT)

Рівень виразності	Бали	Кількість осіб	
Відсутній			
Низький			
Середній			
Високий			
Разом			

Середнє арифметичне значення за тестом становить 1,66 бала. Аналіз результатів свідчить, що 46,51% респондентів продемонстрували низький рівень або відсутність рефлексивного мислення (0–1 бал). Це дає підстави припустити, що майже у половини вибірки можуть переважати інтуїтивні способи обробки інформації. Водночас 32,56% досліджуваних отримали максимальний бал, що свідчить про сформовану здатність до аналітичного мислення та критичного осмислення інформаційних повідомлень.

Аналіз правильних відповідей за окремими завданнями показав відносно рівномірний розподіл результатів. Перше завдання правильно виконали 23 особи (53%), друге – 27 осіб (63%), третє – 25 осіб (58%). Відсутність суттєвих відмінностей між результатами виконання окремих завдань може свідчити про відносно стабільний характер прояву рефлексивного мислення незалежно від типу запропонованої задачі.

Отримані результати загалом узгоджуються з даними попередніх досліджень, у яких встановлено, що значна частина студентської молоді демонструє схильність до використання швидких інтуїтивних суджень. У контексті теми дослідження це може свідчити про потенційну вразливість окремих респондентів до некритичного сприйняття інформації та маніпулятивних повідомлень.

Результати діагностики особистісної тривожності

Для визначення рівня особистісної тривожності була використана скорочена шкала Ч. Спілбергера – Ю. Ханіна. Узагальнені результати представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Розподіл респондентів за рівнем особистісної тривожності

Рівень виразності	Бали	Кількість осіб	
Низька	до 19		
Помірна			
Висока	30 і вище		
Максимум	40 балів		

Математико-статистична обробка отриманих даних показала, що середнє арифметичне значення тривожності становить 24,6 бала, що відповідає помірному рівню її вираженості.

Домінування помірного рівня тривожності (72,09%) можна пояснити особливостями сучасної соціальної ситуації, пов'язаної з умовами воєнного стану, інформаційною невизначеністю та високим рівнем психоемоційного навантаження. Водночас переважання саме помірного, а не високого рівня тривожності може свідчити про наявність адаптаційних механізмів у більшості респондентів.

Особливу увагу привертає незначна кількість досліджуваних із низьким рівнем тривожності (11,63%), що загалом підтверджує тенденцію до підвищення тривожності серед студентської молоді в сучасних умовах.

Аналіз когнітивних спотворень особистості.

Для виявлення схильності респондентів до типових когнітивних помилок мислення було використано авторську шкалу когнітивних спотворень. Узагальнені результати представлено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Розподіл респондентів за загальним рівнем вираженості когнітивних спотворень

Рівень виразності	Бали	Кількість осіб	
Низький			
Середній			
Високий			
Максимум			

Згідно з результатами статистичної обробки, середній показник за шкалою когнітивних спотворень становив 18,6 бала. Характерною особливістю отриманих

результатів є відсутність респондентів із високим рівнем вираженості когнітивних спотворень.

Отримані дані розподілилися між низьким (46,51%) та середнім (53,49%) рівнями. Такий результат може свідчити про відносну когнітивну стійкість досліджуваних та їхню здатність до самоконтролю власних суджень. Разом із тим більше половини респондентів демонструють певну схильність до когнітивних помилок, що потенційно може підвищувати їхню вразливість до маніпулятивних впливів в умовах інформаційного перевантаження або емоційного напруження.

Для уточнення структури когнітивних спотворень було проведено покомпонентний аналіз, результати якого представлено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Покомпонентний аналіз когнітивних спотворень респондентів

Тип спотворення	Питання	Середній бал (з 10)
Дихотомічне мислення		
Катастрофізація		
Надмірна генералізація		
Апеляція до авторитету		

Аналіз отриманих результатів свідчить, що найвищі показники зафіксовано за шкалою апеляції до авторитету (5,5 бала з 10 можливих). Це вказує на певну схильність респондентів довіряти інформації, яка надходить від суб'єктивно значущих або авторитетних джерел. Зазначена особливість має особливе значення в контексті дослідження пропаганди, оскільки апеляція до авторитету належить до поширених механізмів маніпулятивного впливу.

Дещо нижчі, але також помітні показники зафіксовано за шкалою катастрофізації (4,8 бала), що може свідчити про схильність окремих респондентів до

перебільшення негативних наслідків подій та орієнтації на песимістичні сценарії розвитку ситуації.

Узагальнена характеристика психологічних чинників сприйняття пропагандистської інформації

Завершальним етапом аналізу стало узагальнення результатів за всіма досліджуваними показниками. Зведені статистичні дані наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Описова статистика досліджуваних психологічних показників

Показник	Середнє	Мін.	Макс.	Діапазон шкали
Рефлексивне мислення (CRT)				
Тривожність (Спілбергер-Ханін)				
Когнітивні спотворення				

Отримані результати дозволяють окреслити психологічний профіль студентської молоді за показниками, які потенційно можуть впливати на особливості сприйняття пропагандистської інформації. Зокрема, встановлено помірний рівень особистісної тривожності, середній рівень когнітивної рефлексії та переважання низького й середнього рівнів когнітивних спотворень.

Загалом досліджувана вибірка характеризується достатнім рівнем психологічної адаптованості та здатністю до аналітичного осмислення інформації, хоча окремі особливості мислення можуть створювати передумови для підвищеної вразливості до маніпулятивних впливів. Отримані результати формують підґрунтя для подальшого аналізу особливостей сприйняття та розпізнавання пропагандистської інформації студентською молоддю, що представлено в наступному підрозділі.

Особливості сприйняття та розпізнавання пропагандистської інформації студентською молоддю

У цьому підрозділі представлено результати дослідження особливостей сприйняття та розпізнавання пропагандистської інформації студентською молоддю. Для цього було використано авторську методику, спрямовану на оцінювання здатності респондентів розрізняти пропагандистські та нейтральні інформаційні повідомлення.

Емпіричний матеріал складався з восьми інформаційних повідомлень, серед яких чотири містили ознаки пропагандистського впливу, а чотири були нейтральними. Респондентам пропонувалося оцінити кожне повідомлення як достовірне або недостовірне. За кожну правильну відповідь нараховувався один бал, за неправильну – нуль балів.

Розподіл респондентів за рівнями розпізнавання пропагандистської інформації представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Розподіл респондентів за рівнем розпізнавання пропагандистської інформації

Рівень	Бали	Кількість осіб	%
Дуже низький	0-2	1	2,33
Низький	3-4	4	9,30
Середній	5-6	8	18,60
Високий	7-8	30	69,77
Максимум	8	43	100%

Аналіз отриманих даних засвідчив, що розподіл балів є зміщеним у бік високих значень. Так, 69,77% респондентів (30 осіб) набрали від 7 до 8 балів із 8 можливих, що свідчить про високий рівень здатності розпізнавати пропагандистські та маніпулятивні повідомлення. Середній рівень розпізнавання пропагандистської

інформації продемонстрували 18,60% студентів (8 осіб), низький – 9,30% (4 особи), а дуже низький – 2,33% (1 особа).

Середній бал за вибіркою становив 6,6 із 8 можливих, що є достатньо високим показником та свідчить про сформованість у більшості респондентів навичок критичного оцінювання інформаційних повідомлень. Отримані результати дають підстави стверджувати, що більшість студентської молоді успішно ідентифікує ознаки пропагандистського впливу та здатна відрізнити маніпулятивний контент від нейтральної інформації.

Водночас результати дослідження дозволяють виявити певні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю. Незважаючи на переважання високих показників, 11,63% респондентів продемонстрували низький або дуже низький рівень розпізнавання пропагандистського контенту. Це свідчить про наявність окремої групи студентів, які можуть бути більш вразливими до інформаційних маніпуляцій та пропагандистського впливу.

Таким чином, однією з психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю є загалом високий рівень її розпізнавання за наявності окремої категорії респондентів, які демонструють недостатню критичність під час оцінювання інформаційних повідомлень. Отримані результати створюють підґрунтя для подальшого аналізу особливостей оцінювання окремих інформаційних повідомлень та встановлення взаємозв'язків між психологічними характеристиками респондентів і здатністю розпізнавати пропагандистський контент.

Аналіз особливостей оцінювання окремих інформаційних повідомлень.

Для більш детального аналізу особливостей сприйняття пропагандистської інформації було здійснено оцінювання результатів за кожним інформаційним повідомленням окремо.

Таблиця 2.7

Результати оцінювання респондентами окремих інформаційних повідомлень

Питання	Правильні відповіді	Неправильні відповіді
1. "Вчені довели що вакцини містять мікрочіпи для стеження. Уряди приховують цю інформацію."	36 осіб (83,72%)	7 осіб (16,28%)
2. "Всі хто не підтримує владу або зрадники або отримують гроші від ворогів. Третього не дано."	36 осіб (83,72%)	7 осіб (16,28%)
3. "Відомий лікар заявив, що лимонна вода повністю вилікує рак протягом місяця."	38 осіб (88,37%)	5 осіб (11,63%)
4. "За даними Держстату рівень безробіття в Україні у першому кварталі 2024 року склав 18,9%."	30 осіб (69,77%)	13 осіб (30,23%)
5. "ВООЗ рекомендує дорослим займатися фізичною активністю не менше 150 хвилин на тиждень."	34 особи (79,07%)	9 осіб (20,93%)
6. "Верховна Рада прийняла закон про держбюджет на 2025 рік. За проголосували 256 депутатів."	37 осіб (86,05%)	6 осіб (13,95%)
7. "Наша армія ніколи не зазнає поразок. Ворог повністю деморалізований і здасться за тиждень."	36 осіб (83,72%)	7 осіб (16,28%)
8. "Дослідження показало що фізична активність знижує ризик серцево-судинних захворювань на 35%."	38 осіб (88,37%)	5 осіб (11,63%)

Аналізуючи показники успішності за кожним із восьми повідомлень окремо, можна констатувати неоднорідність результатів, що свідчить про наявність певних особливостей сприйняття інформації студентською молоддю.

Серед чотирьох маніпулятивних повідомлень найвищий рівень правильних відповідей зафіксовано щодо повідомлення №3 («Відомий лікар заявив, що лимонна вода повністю вилікує рак протягом місяця»), яке 88,37% студентів правильно

визначили як недостовірне. Очевидно, цьому сприяла явна абсурдність змісту повідомлення та його невідповідність базовим науковим уявленням.

Інші маніпулятивні повідомлення (№1, №2 та №7) отримали однаковий показник правильних відповідей – 83,72%. Це свідчить про те, що переважна більшість студентів успішно розпізнає поширені пропагандистські прийоми, пов'язані з теоріями змови, поляризацією суспільства та надмірно емоційно забарвленими повідомленнями. Водночас близько 16% респондентів не змогли ідентифікувати маніпулятивний характер цих повідомлень, що вказує на існування певної групи студентів, схильних до некритичного сприйняття окремих інформаційних наративів.

Більш неоднозначною виявилася ситуація з оцінюванням нейтральних інформаційних повідомлень. Найвищий показник правильних відповідей отримали повідомлення №8 (88,37%) та №6 (86,05%). Дещо нижчим виявився показник щодо повідомлення №5, яке правильно оцінили 79,07% респондентів.

Найнижчий показник серед усіх повідомлень продемонструвало повідомлення №4 про рівень безробіття в Україні, яке лише 69,77% студентів визначили як достовірне. Водночас 30,23% респондентів помилково визнали його недостовірним. Це дозволяє припустити, що частина студентської молоді демонструє підвищену недовіру до офіційних статистичних даних та інформації, яка надходить від державних інституцій.

Отримані результати свідчать про те, що студенти загалом успішно розпізнають очевидні маніпулятивні повідомлення, однак певні труднощі виникають під час оцінювання достовірності реальних фактів та офіційної інформації. Таким чином, психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю проявляються не лише у здатності виявляти маніпулятивний контент, а й в особливостях довіри до різних джерел інформації та способах оцінювання суспільно значущих повідомлень.

Загалом результати дослідження засвідчили достатньо високий рівень стійкості студентської молоді до очевидних пропагандистських впливів, проте виявили окремі

особливості сприйняття інформації, які можуть підвищувати вразливість до більш прихованих маніпулятивних технік. Наступний підрозділ присвячено аналізу взаємозв'язків між психологічними характеристиками респондентів та особливостями сприйняття пропагандистської інформації.

Встановлення взаємозв'язку між психологічними характеристиками студентів та особливостями сприйняття пропагандистської інформації

Цей підрозділ присвячений аналізу взаємозв'язків між психологічними характеристиками студентської молоді та особливостями сприйняття пропагандистської інформації. Зокрема, досліджувався зв'язок між рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності, схильністю до когнітивних спотворень та показниками сприйняття і розпізнавання пропагандистської інформації. Для перевірки висунутих емпіричних гіпотез було застосовано кореляційний аналіз із використанням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена. Статистична обробка результатів здійснювалася за допомогою програмного пакета SPSS Statistics.

Результати кореляційного аналізу між досліджуваними показниками наведено в таблиці 2.8.

Аналіз отриманих даних засвідчив відсутність статистично значущих взаємозв'язків між досліджуваними змінними на рівні значущості $p \leq 0,05$. Усі отримані р-значення перебувають у межах від 0,330 до 0,676, що перевищує критичний рівень статистичної значущості. Таким чином, у межах даної вибірки не виявлено статистично достовірних зв'язків між психологічними характеристиками студентів та показниками сприйняття і розпізнавання пропагандистської інформації.

Таблиця 2.8

Матриця кореляцій між досліджуваними показниками (n=43)

Показники	Результати кореляції	Когнітивна рефлексія	Тривожність Спілбергера-Ханіна	Когнітивні спотворення	Розп. пропагандистського контенту
Когнітивна рефлексія	Коефіцієнт Спірмена	1	-0,152	-0,148	0,122
	р-рівень значущості	.	0,33	0,344	0,437
Тривожність Спілбергера-Ханіна	Коефіцієнт Спірмена	-0,152	1	0,066	0,132
	р-рівень значущості	0,33	.	0,676	0,397
Когнітивні спотворення	Коефіцієнт Спірмена	-0,148	0,066	1	-0,132
	р-рівень значущості	0,344	0,676	.	0,399
Розп. Пропагандистського контенту	Коефіцієнт Спірмена	0,122	0,132	-0,132	1
	р-рівень значущості	0,437	0,397	0,399	.

Перша емпірична гіпотеза передбачала наявність позитивного взаємозв'язку між рівнем рефлексивного мислення та показниками розпізнавання пропагандистської інформації. За результатами аналізу коефіцієнт кореляції становив $r_s = 0,122$ при $p = 0,437$. Незважаючи на позитивний напрямок зв'язку, його сила є дуже слабкою, а рівень статистичної значущості не дозволяє вважати його достовірним.

Друга емпірична гіпотеза стосувалася негативного взаємозв'язку між особистісною тривожністю та показниками сприйняття пропагандистської інформації. Отриманий коефіцієнт кореляції становив $r_s = 0,132$ при $p = 0,397$. Таким чином, статистично значущого взаємозв'язку між зазначеними показниками не виявлено.

Третя емпірична гіпотеза передбачала негативний взаємозв'язок між схильністю до когнітивних спотворень та показниками розпізнавання пропагандистської інформації. Отримане значення коефіцієнта кореляції становило $r_s = -0,132$ при $p =$

0,399. Хоча напрямок зв'язку відповідає висунутому припущенню, його величина є незначною, а статистична значущість відсутня.

Отже, результати проведеного кореляційного аналізу не дозволяють підтвердити жодну з висунутих емпіричних гіпотез. У межах досліджуваної вибірки не встановлено статистично значущих взаємозв'язків між рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності, схильністю до когнітивних спотворень та особливостями сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю.

Висновки до другого розділу

У другому розділі представлено результати емпіричного дослідження психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю. Дослідження проводилося протягом березня – квітня 2026 року в дистанційному форматі за допомогою платформи Google Forms. У дослідженні взяли участь 43 респонденти віком від 18 до 30 років, середній вік яких становив 23 роки. Для збору емпіричних даних було використано тест когнітивної рефлексії (CRT), шкалу особистісної тривожності Спілбергера-Ханіна, авторську шкалу когнітивних спотворень та авторський тест на розпізнавання пропагандистського контенту.

Результати дослідження рефлексивного мислення засвідчили неоднорідність вибірки за цим показником. Встановлено, що 46,51% респондентів продемонстрували низький рівень когнітивної рефлексії, тоді як максимальний результат отримали 32,56% опитаних. Середній показник за вибіркою становив 1,66 бала.

Аналіз особистісної тривожності показав, що для більшості студентів характерний помірний рівень її вираженості. Зокрема, 72,09% респондентів продемонстрували помірний рівень тривожності, 16,28% – високий та 11,63% – низький. Середнє значення показника особистісної тривожності становило 24,6 бала.

Дослідження когнітивних спотворень засвідчило, що 53,49% учасників мають середній рівень їх вираженості, а 46,51% – низький. Респондентів із високим рівнем

когнітивних спотворень виявлено не було. Найбільш поширеним типом когнітивних спотворень виявилася апеляція до авторитету.

Результати авторського тесту на розпізнавання пропагандистської інформації продемонстрували загалом високий рівень здатності студентської молоді ідентифікувати маніпулятивний контент. Високий рівень розпізнавання пропагандистських повідомлень зафіксовано у 69,77% респондентів, середній – у 18,60%, низький – у 9,30%, дуже низький – у 2,33%. Середній показник за вибіркою становив 6,6 бала з 8 можливих. Встановлено, що найбільші труднощі у студентів виникали під час оцінювання окремих повідомлень, які містили офіційну статистичну інформацію.

За результатами кореляційного аналізу із застосуванням коефіцієнта рангової кореляції Спірмена статистично значущих взаємозв'язків між рівнем рефлексивного мислення, особистісної тривожності, схильністю до когнітивних спотворень та показниками розпізнавання пропагандистської інформації не виявлено ($p > 0,05$). Таким чином, висунуті емпіричні гіпотези не отримали статистичного підтвердження в межах досліджуваної вибірки.

Отримані результати дозволили виявити окремі психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та стали підґрунтям для формулювання загальних висновків дослідження.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та емпіричне дослідження психологічних особливостей сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю.

У процесі виконання дослідження було отримано такі результати. Проаналізовано теоретичні підходи до проблеми сприйняття інформації та психологічних механізмів пропагандистського впливу. Встановлено, що сприйняття інформації є активним когнітивним процесом, який залежить від індивідуально-психологічних характеристик особистості, особливостей мислення, емоційного стану та попереднього досвіду. Визначено, що пропаганда ґрунтується на використанні когнітивних та емоційних механізмів впливу, спрямованих на формування певних переконань і моделей поведінки.

Визначено сутність пропаганди як психологічного та соціально-комунікативного феномену. Встановлено, що пропаганда є цілеспрямованою формою інформаційного впливу, яка використовує навіювання, емоційне зараження, когнітивні викривлення та маніпулятивні технології для зміни установок, оцінок і поведінки людини.

Визначено психологічні характеристики студентської молоді, які можуть впливати на сприйняття пропагандистської інформації. До таких характеристик віднесено рефлексивне мислення, особистісну тривожність та схильність до когнітивних спотворень, які розглядаються як потенційні чинники критичного або некритичного сприйняття інформаційних повідомлень.

Визначено рівень рефлексивного мислення студентської молоді за допомогою тесту когнітивної рефлексії (CRT). Результати показали, що більшість респондентів продемонстрували середній та високий рівні рефлексивного мислення, що свідчить про достатню здатність до аналітичного опрацювання інформації та критичного переосмислення інтуїтивних суджень.

Визначено рівень особистісної тривожності студентської молоді за методикою

Спілбергера-Ханіна. Встановлено переважання середнього рівня особистісної тривожності серед респондентів, що характеризує вибірку як відносно емоційно стабільну та здатну до адекватного реагування на інформаційні впливи.

виявлено ступінь схильності студентської молоді до когнітивних спотворень. Отримані результати засвідчили наявність різного рівня вираженості когнітивних викривлень у респондентів, що може впливати на процес інтерпретації інформації та підвищувати вразливість до маніпулятивних повідомлень.

осліджено особливості розпізнавання пропагандистського та маніпулятивного контенту студентською молоддю. Встановлено, що високий рівень здатності до розпізнавання пропагандистської інформації (7–8 балів із 8 можливих) продемонстрували 69,77% респондентів (30 осіб), середній рівень (5–6 балів) – 18,60% (8 осіб), низький рівень (3–4 бали) – 9,30% (4 особи), а дуже низький рівень (0–2 бали) – 2,33% (1 особа). Середній показник за вибіркою становив близько 6,6 бала з 8 можливих, що свідчить про достатньо високий рівень розпізнавання пропагандистського контенту студентською молоддю.

характеризовано психологічні особливості сприйняття пропагандистської інформації студентською молоддю та встановлено взаємозв'язки між досліджуваними показниками. За результатами кореляційного аналізу Спірмена статистично значущих зв'язків між рівнем рефлексивного мислення та здатністю розпізнавати пропагандистський контент ($r_s = 0,122$; $p = 0,437$), між особистісною тривожністю та здатністю розпізнавати пропагандистський контент ($r_s = 0,132$; $p = 0,397$), а також між схильністю до когнітивних спотворень і здатністю розпізнавати пропагандистський контент ($r_s = -0,132$; $p = 0,399$) не виявлено. Таким чином, емпіричні гіпотези дослідження не отримали статистичного підтвердження.

Перспективи подальших наукових пошуків вбачаємо у розширенні вибірки дослідження та вивченні впливу інших психологічних чинників на сприйняття пропагандистської інформації, зокрема критичного мислення, медіаграмотності,

локусу контролю, емоційного інтелекту та особливостей інформаційної поведінки студентської молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

е

рохіна І. О. Психологічні причини виникнення тривожності у студентів. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Психологія*. 2021. Вип. 4. С. 82–86.

йгатчук С. С., Гайдай І. В., Мазило І. В. Вплив соціальних мереж на громадську та політичну активність української молоді. *Регіональні студії*. 2022. Вип. 29. С. 2

Берій М. Й. Загальна психологія : підручник для студентів вищих навчальних закладів. 3-тє вид. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 1007 с.

Бідаш-Вірюшняк Ю. В. Кіно і політична пропаганда : навчальний посібник. Дніпро : Дніпровський державний університет внутрішніх справ, 2024. 408 с.

Бірюк Н. Особливості дискурсу політичної пропаганди в умовах інформаційно-психологічної війни. *Збірник наукових праць: психологія*. 2019. Вип. 24. С. 29–а

Пасенко О. О. Психологічний аспект сприйняття мовлення в професійному спілкуванні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2022. Т. 33 (72), № 5. С. 32–36.

Пасюк О. С. Кремлівська агресія проти України: роздуми в контексті війни : м

Вржесневська Г., Вржесневський І., Лукашова І., Ракитіна Т. Свідоме та несвідоме у проблемному просторі ставлення студентів до фізичного виховання. *Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 15*. 2021. № 3 (133). С. 24–28. URL:

р

в

ф

і

олуб О. Методи впливу пропаганди та протидія їм. *Інститут Масової І*

урківська А. Концептуалізація поняття «політична пропаганда». *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*. 2021. Вип. 85. С. 150–160. DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2021.35.18>.

рабюк С. С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. № 1. С. 153–157. URL: [http://journal-](http://journal-a)

орова І., Савчук О., Салига Н. Розвиток критичного мислення студентів в освітньому процесі сучасного ЗВО. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип. 77, т. 1. С. 269–277.

Хвала Зверення Павло (2026), Лукіяничук А. М., Яковліва О. П. Психолого-педагогічний аналіз кліпового мислення як феномена сучасності. *Академічні Візії*. 2023. № 17. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7719192>.

анге М. М. Закон перцепції. Теорія вольової уваги. Одеса, 1893. 296 с.

оробка Л. М. Психологічні стратегії як засоби реалізації індивідуальної і колективної адаптації до наслідків воєнного конфлікту. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2018. Вип. 41 (44). С. 46–56.

орольчук М. С. Психофізіологія діяльності. Київ : Ельга ; Ніка-Центр, 2008. 400 с.

оструба Н. С., Хвесик Ю. Ю. Психологічна безпека студента у медіасередовищі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія*. 2

остюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / за ред. Л. М. Проколієнко. Київ : Радянська школа, 1989. 608 с.

Аксименко С. Д. Загальна психологія : навчальний посібник. 2-ге вид., переробл. та допов. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.

атохнюк Л. Вплив інформації на психологічний стан особистості в критичних В

и

ситуаціях. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «*

Психологія інформаційної компетентності особистості (генеза онтологічного розвитку) : дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.01. Одеса : Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського, 2019. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/4150> (дата звернення: 31.05.2026).

Одведева Н. В. Проблема творчого художнього сприймання. *Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. 2007. Т. 12, вип. 5, ч. I. С. 68–77.*

Едіапсихологія : електронні методичні рекомендації до практичних занять та самостійної роботи з курсу для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / уклад. О. О. Порпуліт. Одеса : Одеський національний університет імені І

Бнастирський О., Третьяков-Гродзевич О. Когнітивні упередження у системі людського мислення: як нас хакають кожен день. Київ : Центр демократії та Ї

Ікітіна І. В. Психологічна безпека особистості студента в процесі адаптації. *Директор школи, ліцею, гімназії. Спеціальний випуск: Вища освіта України у Контексті інтеграції до європейського освітнього простору. Київ : Гнозис, 2018. № 6, кн. 2, т. I (79). С. 361–367.*

Вявєць Н. І. Когнітивні стилі особистості як чинник формування вимозбережувальної поведінки студентів. *Наукові перспективи. Серія: Психологія. 2023. Вип. 8 (38). С. 702–715. URL:*

к

ф

Вихологічне дослідження творчих перцептивних процесів на різних вікових

в

2

и

з

рівнях : монографія / В. О. Моляко, І. М. Біла, Н. А. Ваганова та ін. ; за ред. В. О. Моляко. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. 210 с.

оломаха С. О. Розвиток когнітивного досвіду викладачів художньої культури вищих педагогічних навчальних закладів : посібник / за ред. М. П. Вовк. Київ, 2016. 201 с.

авченко Г. В., Маслюк А. М., Фарафонов А. О. Методичні матеріали до тренінгу «Інформаційно-психологічна безпека особистості». Київ, 2023. 83 с.

відерська О. І. Цифрова пропаганда та ризики інформаційної безпеки у контексті російсько-української війни. *Політикус*. 2022. Вип. 2. URL:

ребін М. П. Феномен інформаційної війни у світі, що глобалізується. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. Харків : Право, 2013. Вип. 2 (16). С. 188–198.

ілософський енциклопедичний словник / НАН України, Інститут філософії імені Г. С. Сковороди ; редкол.: В. І. Шинкарук (голова) та ін. Київ : Абрис, 2002. VI, 742 с.

ішан М. Перцепція, аперцепція, сприйняття. *Sententiae*. 2012. № 2. С. 193–201.

ижська Т. Г. Урахування типів сприйняття учнів гуманітарних класів для модернізації методики навчання фізики. *Педагогічні науки : збірник наукових праць*. Херсон, 2012. Вип. LXII. С. 147–151.

36. Чуйко Г., Чаплук Я. Критичне мислення як засіб адекватного сприйняття маніпуляції інформацією. *Grail of Science*. 2024. № 35. С. 479–481. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.19.01.2024.087>.

аварова Г. Навчити протистояти ворожій пропаганді в інфопросторі – важливий аспект виховної роботи під час війни. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. 297 с. URL:

(дата звернення: 31.05.2026).

евців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-правове явище: проблеми розуміння. *Південноукраїнський часопис міжнародного права*. 2019. Вип. 1. С. 119–122.

ербицька В. В., Письменна І. І., Голяк В. І. Розвиток критичного мислення студентів під час занять з іноземної мови у ЗВО. *Вісник Університету імені А*

вєва Х. В. Психологічні критерії академічної успішності студентів. *Актуальні в*

ф 41. Якимова Н. С. Когнітивні упередження та їх вплив на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2. С. 118–125.

д 42. Arnett J. J. Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*. 2000. Vol. 55, no. 5. P. 469–480.

м 43. Bailey C. S., Martinez O., DiDomizio E. Social and Emotional Learning and Early Literacy Skills: A Quasi-Experimental Study of RULER. *Education Sciences*. 2023. Vol. 13, no. 4. art. no. 397. URL: <https://www.mdpi.com/2227-7102/13/4/397> (дата звернення: 31.05.2026).

е 44. Bakar Z. B., Ali R. Cognitive Styles in Students' Learning and Quality Education: An Exploration of the Fundamental Issues Underpinning. 2013. P. 536–541. URL: <https://fest.utm.my/education-arc/wp-content/uploads/2013/11/77.pdf> (date of access: 31.05.2026).

л 45. Beck A. T. Cognitive therapy and the emotional disorders. New York : International Universities Press, 1976. 356 p.

е 46. Birknerova Z., Misko D., Ondrijova I., Tomkova A., Cema V., Cigarska B. N. Identification of Preferred Representational Sensory System in Neuro-Linguistic Programming. *Marketing and Management of Innovations*. 2022. No. 3. P. 114–124. DOI: <https://doi.org/10.21272/mmi.2022.3-10>.

47. Botha F., Dahmann S. C. Locus of control, self-control, and health outcomes. *SSM - Population Health*. 2023. Vol. 25. art. no. 101566. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2023.101566>.
48. Corbu N., Stancea A. (Un)Real: The role of cognitive biases in young people's assessment of news accuracy. *Romanian Journal of Applied Psychology*. 2025. Vol. 27, no. 1. P. 84–103. URL: https://www.researchgate.net/publication/396568171_UnReal_The_role_of_cognitive_biases_in_young_people's_assessment_of_news_accuracy (дата звернення: 31.05.2026).
49. Frederick S. Cognitive reflection and decision making. *Journal of Economic Perspectives*. 2005. Vol. 19, no. 4. P. 25–42. DOI: <https://doi.org/10.1257/089533005775196732>.
50. Höffler T. N., Koć-Januchta M., Leutner D. More Evidence for Three Types of Cognitive Style: Validating the Object-Spatial Imagery and Verbal Questionnaire Using Eye Tracking when Learning with Texts and Pictures. *Applied Cognitive Psychology*. 2017. Vol. 31, no. 1. P. 109–115. DOI: <https://doi.org/10.1002/acp.3300>.
51. Ibrahim R. K. et al. The mediating effect of digital literacy and self-regulation on the relationship between emotional intelligence and academic stress among university students: a cross-sectional study. *BMC Medical Education*. 2024. Vol. 24, no. 1. art. no. 1309. URL: <https://doi.org/10.1186/s12909-024-06279-0> (дата звернення: 31.05.2026).
52. Powell J. T. Towards a negotiable definition of propaganda for international agreements related to direct broadcast satellites. *Law and Contemporary Problems*. Vol. 45, no. 1. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/208097702.pdf> (дата звернення: 31.05.2026).
53. Lasswell H. Propaganda technique in the world war. Martino Publishing, 2013. 244 p.

54. Lowes S., Lin P. Learning to learn online: Using locus of control to help students become successful online learners. *Journal of Online Learning Research*. 2015. Vol. 1, no. 1. P. 17–48. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1148622.pdf> (дата звернення: 31.05.2026).

55. Machete P., Turpin M. The Use of Critical Thinking to Identify Fake News: A Systematic Literature Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology : 19th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2020, Skukuza, South Africa, April 6–8, 2020, Proceedings, Part II*. 2020. Vol. 12067. P. 235–246. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-45002-1_20.

56. P

a

v

l 57. Pennycook G., Rand D. G. The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*. 2021. Vol. 25, no. 5. P. 388–402.

v 58. Pilat D., Krastev S. Locus of Control. *The Decision Lab*. 2021. URL: <https://thedecisionlab.com/reference-guide/psychology/locus-of-control> (дата

МернОпубліков2026)хнологій політичної пропаганди. *Науково-теоретичний*

альманах Софії»Н., Б2018G.T.Social media engagement and students' critical

thinkingdoi.org/10.5421/1711328 influenced by their information skills. *Journal of Interdisciplinary Perspectives*. 2024. Vol. 2, no. 12. P. 453–460. DOI: <https://doi.org/10.69569/jip.2024.0579>.

60. Spielberger C. D. State-trait anxiety inventory for adults: Manual and sample. Palo Alto : Mind Garden, 1983. 36 p.

61. Cunningham S. B. Philosophizing Propaganda. University of Windsor, 2001. 16 p. URL: <https://core.ac.uk/download/72787773.pdf> (дата звернення: 31.05.2026).

62. Tversky A., Kahneman D. Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty*. 1992. Vol. 5. P. 297–323.

63. Voitovych N., Kitsa M., Mudra I. Media Education and Media Literacy as a Factor in Combating Disinformation. *Journalism and Media*. 2025. Vol. 6, no. 4. art. no. 188. URL: <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/4/188> (дата звернення: 31.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Тест когнітивної рефлексії (Cognitive Reflection Test — CRT). Українська версія.

Інструкція: «Ознайомтеся з класичними трьома запитаннями та спробуйте дати відповідь, не поспішаючи»

Завдання з м'ячем:

М'яч і тенсіна ракетка разом коштують 1.10 грн. Ракетка на 1 грн дорожча за м'яч. Скільки коштує м'яч?

2. Завдання з виробництвом:

5 машин виготовляють 5 деталей за 5 хвилин. Скільки часу знадобиться 100 машинам, щоб виготовляти 100 деталей?

Завдання з лататтям:

Ставок покривається лататтям за 48 днів. Щодня латаття подвоюється. Коли ставок покриється наполовину?

Відповіді та пояснення:

1. М'яч коштує 5 копійок 0,05

Інтуїтивна відповідь: 10 центів.

Чому так: Якщо м'яч коштує , а ракетка на більше, разом вони коштують

2. 5 хвилин

Інтуїтивна відповідь: 100 хвилин.

Чому так: 1 машина виготовляє 1 деталь за 5 хвилин. Отже, 100 машин працюватимуть паралельно, і 100 деталей будуть готові за ті самі 5 хвилин.

3. 47 днів

Інтуїтивна відповідь: 24 дні.

Чому так: Оскільки площа латаття подвоюється щодня, озеро буде покрите наполовину якраз за день до того, як воно заповниться повністю.

Результати: Якщо ви відповіли правильно на всі 3 питання, у вас добре розвинене аналітичне мислення. Більшість людей піддаються інтуїтивним (але хибним) підказкам, навіть якщо вони розумні та мають високий рівень інтелекту

Шкала особистісної тривожності Спілбергера-Ханіна (скорочена версія)

Інструкція. Прочитайте уважно кожне з приведених питань і закресліть ту цифру справа в залежності від того, як Ви себе почуваєте звичайно. Над запитаннями довго не задумуйтесь, оскільки правильних або неправильних відповідей немає.

	Майже ніколи	Інколи	Часто	Майже завжди
	1	2	3	4

1. Я відчуваю себе спокійним
2. Я швидко втомлююся
3. Я відчуваю внутрішнє задоволення
4. Очікувані труднощі дуже хвилюють мене
5. Я надто переживаю через дрібниці
6. Я почуваю себе впевнено
7. Мені не вистачає впевненості в собі
8. Я переживаю через можливі невдачі
9. Я врівноважена людина
10. Мене охоплює занепокоєння коли думаю про свої справи

Авторська шкала когнітивних спотворень

Інструкція. Будь ласка, оцініть нижче подані твердження за наступними варіантами: 1 - «зовсім не властиво»; 2 - «скоріше не властиво»; 3 - «частково властиво»; 4 - «скоріше властиво»; 5 - «дуже властиво».

Бланк тесту:

1. Якщо щось йде не ідеально - я вважаю це повним провалом
2. Для мене люди діляться на "своїх" і "чужих" - середини немає
3. Коли трапляється щось неприємне - я думаю що все буде дуже погано
4. Негативні новини викликають відчуття що ситуація безнадійна
5. Якщо щось трапилося один раз - я думаю що так буде завжди
6. Один негативний випадок переконує мене що всі подібні ситуації небезпечні
7. Якщо відомий експерт щось стверджує - я вірю без перевірки
8. Думка авторитетної людини для мене важливіша ніж факти

Ключ:

1. Дихотомічне мислення (питання 1-2);
2. Катастрофізація (питання 3-4);
3. Надмірна генералізація (питання 5-6);
4. Апеляція до авторитета (питання 7-8).

Інтерпретація:

Фіксація відповідей респондентів оцінюються за 5-бальною шкалою від 1 («зовсім не властиво») до 5 («дуже властиво»). Діапазон підсумкового загального показника варіюється в межах від 8 до 40 балів. Вищі значення трактуються, як схильність суб'єкта до ірраціональної інтерпретації, а низькі показники до більш критичного мислення.

Авторський тест на розпізнавання пропагандистського контенту

Інструкція. *Шановні респонденти! Вам будуть надані 8 повідомлень, які потрібно оцінити за двома критеріями: «Достовірно» чи «Недостовірно». Відповідайте чесно і пам'ятайте, що у тесті немає правильних чи неправильних відповідей.*

Текст бланку:

1. "Вчені довели що вакцини містять мікрочіпи для стеження. Уряди приховують цю інформацію."
2. "Всі хто не підтримує владу - або зрадники або отримують гроші від ворогів. Третього не дано."
3. "Відомий лікар заявив, що лимонна вода повністю вилікує рак протягом місяця."
4. "За даними Держстату рівень безробіття в Україні у першому кварталі 2024 року склав 18,9%."
5. "ВООЗ рекомендує дорослим займатися фізичною активністю не менше 150 хвилин на тиждень."
6. "Верховна Рада прийняла закон про держбюджет на 2025 рік. За проголосували 256 депутатів."
7. "Наша армія ніколи не зазнає поразок. Ворог повністю деморалізований і здасться за тиждень."
8. "Дослідження показало що фізична активність знижує ризик серцево-судинних захворювань на 35%."

Ключ:

Маніпулятивні повідомлення: питання 1, 2, 3, 7;

Нейтральні повідомлення: 4, 5, 6, 8.

Конспірологічні наративи (повідомлення 1);

Дихотомічний фреймінг (повідомлення 2);

Псевдонаукові твердження з апеляцією до авторитету (повідомлення 3);

Надмірний гіпероптимізм без хорошої доказової бази (повідомлення 7).

Нейтральні повідомлення містять верифіковану інформацію з достовірних джерел (повідомлення 4, 5, 6, 8).

Процедура стандартизованого підрахунку нараховується по 0 балів за неправильну відповідь та по 1 балу за правильну. Максимальна кількість балів становить 8.

Таблиці характеристики вибірки та сирих балів за методиками діагностики

Порядковий номер опитуваного	Вік	Стать	Освіта
1	25	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
2	19	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
3	25	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
4	28	Жіноча	Маю вищу освіту
5	18	Жіноча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
6	28	Жіноча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
7	48	Жіноча	Маю вищу освіту
8	22	Жіноча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
9	22	Чоловіча	Маю вищу освіту
10	23	Чоловіча	Маю вищу освіту
11	23	Чоловіча	Маю вищу освіту
12	22	Чоловіча	Маю вищу освіту
13	20	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
14	23	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
15	22	Жіноча	Маю вищу освіту
16	22	Жіноча	Студент/ка магістр
17	22	Чоловіча	Маю вищу освіту
18	22	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
19	23	Жіноча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
20	24	Жіноча	Маю вищу освіту
21	24	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
22	24	Жіноча	Маю вищу освіту
23	22	Жіноча	Студент/ка магістр
24	22	Жіноча	Студент/ка магістр
25	23	Жіноча	Маю вищу освіту
26	25	Жіноча	Маю вищу освіту
27	23	Жіноча	Студент/ка магістр
28	24	Жіноча	Маю вищу освіту
29	24	Чоловіча	Маю вищу освіту
30	23	Чоловіча	Маю вищу освіту
31	23	Жіноча	Маю вищу освіту
32	22	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
33	25	Жіноча	Маю вищу освіту
34	21	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
35	20	Жіноча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
36	21	Жіноча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
37	24	Чоловіча	Маю вищу освіту
38	23	Жіноча	Маю вищу освіту
39	23	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
40	24	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 1-2 курс
41	22	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
42	21	Чоловіча	Студент/ка бакалавр 3-4 курс
43	21	Жіноча	Маю вищу освіту

Порядковий номер опитуваного	Тест когнітивної рефлексії	Тривожність Спілбергера- Ханіна	Авторська шкала когнітивних спотворень	Авторський тест на розпізнавання пропагандистського контенту
1	3	24	14	4
2	0	24	14	7
3	3	24	12	8
4	3	26	20	7
5	1	25	24	8
6	0	23	18	7
7	1	26	19	7
8	3	27	21	8
9	2	27	14	8
10	2	24	18	8
11	2	28	14	7
12	0	26	15	6
13	3	25	15	8
14	3	22	11	4
15	0	25	12	8
16	3	23	19	1
17	1	27	26	5
18	3	21	22	7
19	1	27	20	6
20	2	27	12	8
21	3	26	20	7
22	2	29	19	7
23	2	29	16	7
24	0	28	23	7
25	2	29	16	6
26	1	25	14	7
27	1	27	22	7
28	3	32	22	8
29	1	22	24	5
30	2	26	12	8
31	3	26	15	7
32	0	28	17	8
33	3	26	25	7
34	1	27	19	6
35	1	23	24	8
36	1	30	26	7
37	0	28	23	3
38	3	22	15	6
39	3	24	18	8
40	1	18	26	4
41	1	23	21	7
42	2	27	19	8
43	1	27	8	5

Таблиця кореляційного аналізу Спірмена з програми SPSS Statistics

Correlations						
			Когнітивна. Рефлексія	Тривожність. Спілбергера. Ханіна	Когнітивні. Спотворення	Розп. Пропагандис тського. Контенту
Spearman's rho	Когнітивна.Рефлексія	Correlation Coefficient	1,000	-,152	-,148	,122
		Sig. (2-tailed)	.	,330	,344	,437
		N	43	43	43	43
	Тривожність. Спілбергера.Ханіна	Correlation Coefficient	-,152	1,000	,066	,132
		Sig. (2-tailed)	,330	.	,676	,397
		N	43	43	43	43
	Когнітивні.Спотворення	Correlation Coefficient	-,148	,066	1,000	-,132
		Sig. (2-tailed)	,344	,676	.	,399
		N	43	43	43	43
	Розп. Пропагандистського. Контенту	Correlation Coefficient	,122	,132	-,132	1,000
		Sig. (2-tailed)	,437	,397	,399	.
		N	43	43	43	43