

УДК 159.96+316.6

DOI: [https://doi.org/10.33120/ssj.vi46\(49\).157](https://doi.org/10.33120/ssj.vi46(49).157)

## **Вознесенська Олена Леонідівна**

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник  
лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти,  
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,  
член Ради правління ГС “Національна психологічна асоціація”,  
президент ВГО “Арт-терапевтична асоціація”,  
м. Київ, Україна

[ORCID ID 0000-0002-1273-0049](https://orcid.org/0000-0002-1273-0049)

[voznensenska@gmail.com](mailto:voznensenska@gmail.com)

## **Бондаревська Ірина Олегівна**

кандидат психологічних наук, доцент, старший науковий співробітник  
лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти,  
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,  
доцент кафедри психології управління ДЗВО “Університет менеджменту освіти”, голова  
Правління ГО “Центр особистісних та соціальних трансформацій”,  
м. Київ, Україна

[ORCID ID 0000-0002-7006-0979](https://orcid.org/0000-0002-7006-0979)

[bondarevskaya@ua.fm](mailto:bondarevskaya@ua.fm)

## **Кришовська Олександра Олександрівна**

кандидат психологічних наук,  
м. Київ, Україна

[ORCID ID 0000-0001-5973-025X](https://orcid.org/0000-0001-5973-025X)

[3664488@gmail.com](mailto:3664488@gmail.com)

## **СОЦІАЛЬНИЙ ОПТИМІЗМ – УМОВА ДОВІРИ ДО НОВИНИХ МЕДІА?**

Мета дослідження – вивчення соціального оптимізму як чинника профілактики та подолання наслідків медіатравматизації. В основу дослідження покладено модель диспозиційного соціального оптимізму. Для його оцінки принциповою є громадянська активність людини. Висунуто гіпотезу щодо наявності зв'язку між медіатизованими соціальним оптимізмом і соціальним песимізмом (МСО і МСП) як патернами взаємодії з медіа та готовністю людини до громадянської активності опору і довірою до новинних медіа. Для вимірювання соціального оптимізму в медіаконтексті застосовувався авторський тест МСО, побудований на основі тесту LOT-R І. К. Чанга. Використовувалися також шкала “Довіра до новинних медіа”, створена на основі методики вимірювання скептицизму щодо новинних медіа А. Максл, С. Ешлі і С. Крафт; шкала “Громадянська активність опору”, що відповідає польському опитувальнику громадянської поведінки А. Залевської і Б. Кршівош-Ринкевич; шкала “Медіаторчість” (медіаторчість розглядається як вища форма медіаактивності), що містить субшкали “Створення власного контенту”, “Поширення власного контенту” і “Мотивація медіаторчість”. Опитування, проведене в межах

всеукраїнського експерименту “Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику” (1439 старшокласників з усієї України), показало значущі відмінності в ставленні до медіа та громадянської активності “оптимістів” і “песимістів”. Було доведено наявність зв’язку між шкалами “Довіра до новинних медіа” та “МСО” ( $r=0,363$ ,  $p\leq 0,01$ ). З’ясовано, що громадянська активність опору та довіра до новинних медіа статистично значуще відрізняються в осіб з різним рівнем МСО: люди з високим рівнем МСО схильні більш, ніж інші, довіряти новинним медіа і демонструють найбільшу громадянську активність опору; люди з високим рівнем МСП менше, ніж “оптимісти”, довіряють ЗМІ, але готові стати рушійною силою суспільних змін – і в інформаційному просторі, і в реальному житті. Високий рівень медіаторчості розглядається як показник більшої довіри до новинних медіа і готовності до громадянської активності. Результати дослідження поглиблюють розуміння феномену соціального оптимізму в інформаційному суспільстві, підтверджують його зв’язок з громадянською активністю. У перспективі подальших досліджень – отримання відповіді на питання щодо наслідків формування довіри до новинних медіа, що може призвести до ще більшої поляризації суспільства та зменшення критичності сприймання медіаконтенту.

**Ключові слова:** медіа; соціальний оптимізм; громадянська активність; новинні ЗМІ; довіра.

## **IS SOCIAL OPTIMISM A CONDITION OF TRUST IN NEWS MEDIA?**

### **Olena L. Voznesenska**

Ph.D. in Psychology, Senior Research Associate,  
Laboratory of Psychology of Mass Communication and Media Education,  
Institute for Social and Political Psychology, NAES of Ukraine,  
Member of Board of Directors National Psychological Association,  
President of Ukrainian Art-therapy Association,  
Kyiv, Ukraine  
[ORCID ID 0000-0002-1273-0049](https://orcid.org/0000-0002-1273-0049)  
[voznensenska@gmail.com](mailto:voznensenska@gmail.com)

### **Irina O. Bondarevskaya**

Ph.D. in Psychology, Associate Professor,  
University of Educational Management, NAES of Ukraine,  
Senior Staff Researcher,  
Laboratory of Psychology of Mass Communication and Media Education,  
Institute for Social and Political Psychology, NAES of Ukraine,  
Head of the Board, NGO Center for Personal and Social Transformations,  
Kyiv, Ukraine  
ORCID ID 0000-0002-7006-0979  
[bondarevskaya@ua.fm](mailto:bondarevskaya@ua.fm)

### **Oleksandra O. Kryshovska**

Ph.D. in Psychology,  
Kyiv, Ukraine  
ORCID ID 0000-0001-5973-025X  
[3664488@gmail.com](mailto:3664488@gmail.com)

The goal of the research is to scrutinize social optimism as a factor of prophylaxis and overcoming the consequences of media traumatization. The model of dispositional social optimism is constituted as the basis of research. The citizenship activity of a person is principal in the estimation of dispositional social optimism. The hypothesis concerns the connection between mediatized social optimism and pessimism as patterns of interaction with media and readiness for

citizenship activity of resistance and trust in news media. In order to estimate social optimism in the media context, we used the author's questionnaire of mediatized social optimism which was constructed on the basis of the LOT-R test. "Trust in news media" scale was constructed on the basis of media skepticism towards news media questionnaire by A. Maksl, S. Ashley, S. Craft. "Citizenship activity of resistance" scale corresponds Polish questionnaire of citizenship behavior by A. M. Zalewska and B. Krzywosz-Rynkiewicz. The scale of "Media creativity" which is considered as the highest form of media activity contains the following sub-scales: "Creation of personal media content", "Dissemination of personal media content" and "Motivation of media creativity". The research was conducted as a part of an all-Ukrainian experiment "Standardization of socio-psychological model of mass media education implementation in Ukrainian educational practice" (1439 high school pupils from all over Ukraine). It showed significant differences in attitudes to media and in citizenship activity of resistance among "optimists" and "pessimists". The connection between scales "Trust in news media" and "Mediatized social optimism" was substantiated ( $r=0,363$ ,  $p\leq 0,01$ ). Citizenship activity of resistance and trust in news media is significantly different among people with different levels of mediatized social optimism. People with a high level of mediatized social optimism are more apt to trust in news media than others. They also demonstrate the highest citizenship activity of resistance. People with a high level of mediatized social pessimism trust in mass media less than optimists though pessimists are ready to become a "moving force" for social changes both in information space and in reality. A high level of media creativity is a predictor for higher trust in news media and readiness for citizenship activity. Results of the research deepen understanding of the phenomenon of social optimism in the information society, confirm its connection with citizenship activity. Perspectives for further research cover answering questions regarding consequences of trust in news media formation which can lead to enhancement of social polarization and decrease in the criticality of media-content perception.

**Keywords:** media; social optimism; citizenship activity; news media; trust.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження зумовлюється як розвитком засобів масової комунікації, новітніх мультимедійних технологій, так і формуванням нових соціальних умов існування людини – зміною побуту, діяльності, освіти і суспільних практик, унаслідок чого змінюється сама людина – її сприйняття, уява, поведінка. Сучасні діти та дорослі люди не бачать свого життя без медіа, які визначають їхнє спілкування, копінг-стратегії, поведінкові патерни тощо. ЗМІ, зокрема соціальні мережі, є засобом конструювання соціальної реальності суспільства – вони вже не просто пропонують новини, а формують сенси та цінності.

Постійний інформаційний потік, перенасичений маніпуляціями, дезінформацією, негативно забарвленими емоційними повідомленнями, "битвами" інформаційної війни, призводить до дестабілізації суспільної ситуації на макросоціальному рівні і справляє руйнівний вплив на психіку людини на індивідуальному рівні через загострення внутрішніх конфліктів та медіатравматизацію. В умовах панування "зради" люди потерпають від втрати перспективи, глибокого безвір'я, скепсису, песимізму, духовної розчарованості, які траншуються медіа. "Ненавмисні" (за В. Д. МакГьюаром) медійні впливи, зумовлені особливостями взаємодії людини з медіа, можуть викликати агресію, страх, недовіру (Metcalf, 2018). У контексті полярності медійного простору, множинної інтерпретації фактів, яскравої вираженості в інформаційному контенті позицій "зрада" і "перемога" сконструйована соціальна реальність викликає недовіру. Водночас з розвитком інформаційного суспільства постала необхідність вивчення системи умов і феноменів сучасної інформаційної епохи, що впливають на формування суспільних настроїв.

Саме тому у фокусі нашої уваги опинився такий феномен як соціальний оптимізм, визначальний для розуміння основних механізмів соціальних процесів – соціальної адаптації, соціалізації, соціального діалогу тощо. Він є надважливим у кризові періоди, під час реформування старих суспільних систем – при втраті відчуття безпеки і довіри, в умовах дефіциту правдивої інформації, поширення соціальної агресії та страхів. Соціальний оптимізм є соціально-психологічним підґрунтям для суспільних змін, він може стати основою трансформації та розвитку суспільства, способом протистояння психотравматичним

впливам медіа, підтримкою і опорою в індивідуальному психічному просторі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми.** Як світоглядні феномени, оптимізм і песимізм досі були предметом філософського осмислення та психологічного аналізу (Л. Абрамсон, Ч. С. Карвер, Р. А. Камісс, Х. Ністіко, К. Петерсон, М. Селігман, Дж. Тісдейл, М. Ф. Шейер та ін.). Ми ж зосередилися на дещо іншому аспекті – вивченні диспозиційного оптимізму як узагальнених очікувань від майбутнього. Дослідники визначили такі його складові: упевненість, віра, переконаність, надія, ціннісні орієнтації, загальна спрямованість (Боташева, 2002). Учені виявляють підвищений інтерес до соціального оптимізму і песимізму, як правило, коли йдеться про вивчення електорату. Російські дослідники розглядають соціальний оптимізм як захисний фактор особистості та суспільства від дистресу і значущий фактор прогнозування суб'єктивного благополуччя (Петрова, & Еніколопов, 2009). У сфері соціології визначено фактори, що впливають на формування соціального оптимізму: соціально-психологічні, соціокультурні та соціополітичні (Рижских, 1999). Ми вважаємо, що є ще одна група факторів – індивідуально-психологічні, які в інформаційну епоху безумовно, пов'язані із взаємодією з медіа. Інформаційне суспільство породило нові способи комунікації, коли саме медіа визначають настрої та емоційні стани особистості, але наукою наразі недостатньо розроблено розуміння соціального оптимізму в медіаконтексті.

Крім цього, сучасні дослідження свідчать про зростання недовіри до новинних медіа в різних країнах світу, що позначається на формуванні суспільних настроїв. Наприклад, у Канаді довіру до новинних медіа підтвердили 51% респондентів, у Великій Британії – 41%, у США – 38%, у Греції – лише 19% (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017). В Україні ж спостерігаємо боротьбу з пропагандою, залякування журналістів і недостатній доступ до інформації, що знижує довіру до новинних медіа (Metcalf, 2018). Досі нерозв'язаним залишається питання зв'язку між соціальним оптимізмом, з одного боку, і довірою до медіа та громадянською активністю, яку ми вважаємо підґрунтям соціального оптимізму, – з другого.

**Метою** статті є виявлення зв'язку між соціальним оптимізмом і довірою до новинних медіа та громадянською активністю опору.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ми розглядаємо *соціальний оптимізм* як позитивні очікування людини, групи, суспільства, які поширюються на суспільне життя (віра в прогрес, розвиток суспільства) і які підкріплені активною громадянською позицією, готовністю діяти на благо суспільства та усвідомленням себе як суспільно значущої сили. Суспільна активність людини є принциповою для оцінки соціального оптимізму. Оптимістичні настрої людини зростають у ситуаціях, коли вона покладається на дії та почувається відповідальною за результат. В умовах інформаційного суспільства активність людини проявляється не лише в реальних діях, а й у медіаактивності. *Медіаактивність* ми розглядаємо як показник медіакомпетентності особистості і, зокрема, як фактор її становлення та описуємо через такі критерії: контактний, комунікативний, когнітивний, творчий (Вознесенська, 2011). Найвищим рівнем медіаактивності є медіаторність.

В авторській (О. Вознесенська) моделі протидії та подолання наслідків деструктивних інформаційних впливів і медіатравматизації соціальний оптимізм є важливою складовою фактора особистісної стійкості. Медіаактивність визначає другий фактор – саморегуляцію, і водночас сприяє формуванню соціального оптимізму як засобу протидії медіавпливам. Оптимісти мають ефективні копінг-стратегії, вірять у значущість власних зусиль та наполегливості, сприймають життя як виклик, отримуючи задоволення від вирішення складних завдань та подолання труднощів. Соціальний оптимізм мобілізує активну частину населення на самовиховання, самовдосконалення, подолання старих, деструктивних для суспільства моделей поведінки та стосунків суб'єктів соціально-політичного життя, утілення суспільно значущих завдань, зокрема економічних, як ми це бачили під час Революції Гідності в Україні.

Ми розглядаємо медіатизовані соціальний оптимізм та соціальний песимізм як два

різних феномени, які не є полюсами одного континуума, та інтерпретуємо їх як поведінкові стратегії обробки інформації, здатність сприймати медіаконтент певним чином, тобто визначений патерн взаємодії з медіа.

Для вимірювання соціального оптимізму як чинника профілактики та подолання наслідків деструктивних інформаційних впливів і медіатравматизації розроблено авторський (О. Вознесенська) *тест медіатизованого соціального оптимізму* (МСО), побудований на основі тесту LOT-R (Life Orientation Test Revised) І. К. Чанга (адаптація і валідизація) (див. Гордеева, Сычев, & Осин, 2010). Заснований на двофакторній моделі оптимізму, тест вимірює оптимізм та песимізм як узагальнені очікування людини від життя взагалі.

Наш тест складається з 12 тверджень, які пропонується оцінити за шкалою Лайкерта від 1 до 5 балів (1 – зовсім не згоден, 2 – скоріше не згоден, ніж згоден, 3 – важко відповісти, 4 – скоріше не згоден, ніж згоден, 5 – повністю згоден). Питання авторського тесту містять посилення на взаємодію з медіа як засобом чи джерелом інформаційних впливів (три шкали: медіатизованого соціального оптимізму (МСО), медіатизованого соціального песимізму (МСП) і нейтрального настановлення). Ще два доданих до “материнського” тесту твердження пов’язані з реактивною медіаактивністю особистості та емоційною складовою соціального оптимізму – поширення контенту з емоційно забарвленим змістом.

Апробація та валідизація тесту МСО проводилася в межах всеукраїнського масового опитування, в якому взяли участь 1439 старшокласників з усіх регіонів України (вибірка гомогенна за показником віку і збалансована за показниками статі та географії проживання). Наші респонденти – учасники всеукраїнського експерименту “Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику”, який проводить лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України.

Під час математичної обробки даних, що проводилася за допомогою програми SPSS, відповіді перекодовувалися в дихотомічні шкали. Для полегшення аналізу даних було зроблено переклад “сирих” балів у стандартні (стени) з використанням лінійної стандартизації за традиційною методикою. Відтак було визначено відповідні тестові норми, розраховані для осіб старшого шкільного віку.

Стандартні психометричні процедури перевірки підтвердили, що тест МСО відповідає критеріям валідності та надійності, які висуваються до такого інструментарію. Аналіз даних апробації тесту МСО показав внутрішню узгодженість шкал тесту (перевірено з використанням коефіцієнта альфа Кронбаха, який для шкали МСО становить 0,7, для шкали МСП – 0,69). Нормальність розподілу визначалася за допомогою критерію Колмогорова – Смирнова; для визначення кореляційних зв’язків застосовувався непараметричний коефіцієнт кореляції Спірмена. Доведено ретестову надійність тесту МСО.

У межах того ж самого опитування вивчалася і *довіра до новинних медіа*. До цієї шкали увійшли модифіковані твердження з більш розширеної методики вимірювання скептицизму щодо новинних медіа А. Максл, С. Ешлі і С. Крафт (Maksl, Ashley, & Craft, 2015). Респондентам було запропоновано оцінити ступінь згоди з твердженнями за 5-бальною шкалою Лайкерта, як і в тесті МСО. Питання шкали було сформульовано так: “Я довіряю новинним медіа”; “Я вважаю новинні медіа чесними”; “Я вважаю новинні медіа точними”; “Я стежу за новинними медіа”. Внутрішня узгодженість шкали довіри до новинних медіа – 0,87 (застосовувався коефіцієнт альфа Кронбаха).

Крім того, в межах описаного дослідження вивчалися *медіаторчість* старшокласників як вища форма медіаактивності і *громадянська активність опору* (шкала відповідає польському опитувальнику громадянської поведінки А. Залевської і Б. Кршівош-Ринкевич (див. Zalewska, & Krzywosz-Rynkiewicz, 2011), який було перекладено українською мовою та адаптовано з урахуванням воєнної ситуації в Україні (Бондаревська, 2019)).

Аналіз результатів дослідження довів наявність позитивних *кореляційних зв’язків* між шкалами “Довіра до новинних медіа” і “Громадянська активність опору” (на рівні значущості  $p \leq 0,01$ ). Тобто на вибірці старшокласників простежується певна залежність: чим

вищий рівень довіри до новинних медіа, тим вища громадянська активність опору (Бондаревська, 2019). Водночас виявлено слабкий інтерес і низьку довіру до новинних медіа в цій віковій категорії: негативні відповіді становили близько 40-45% на всі питання, позитивні – близько 20 %, не змогли відповісти на питання щодо новинних медіа близько третини респондентів (Бондаревська, 2019).

Ми також отримали дані щодо зв'язку *медіатизованого соціального оптимізму і медіаторності* (найвиразнішими були кореляції із субшкалами “Створення власного медіаконтенту” та “Мотивація медіаторності») (Voznesenska, 2019). Виявилось, що респонденти з розвинутим соціальним песимізмом схильні до поширення негативної інформації, яка викликає біль, смуток, гнів, і навпаки: старшокласники з розвинутим соціальним оптимізмом під час взаємодії в мережах схильні поширювати інформацію позитивну, що викликає радість, гордість, відчуття втіхи і задоволення тощо. Тобто “зрада” поширюється так само, як і “перемога”.

Згідно з однією із наших гіпотез, довіра до новинних медіа є умовою формування соціального оптимізму, отже, мають бути позитивні зв'язки між шкалами “Довіра до новинних медіа” і “Медіатизований соціальний оптимізм”.

Для початку було вирішено визначити кореляції між шкалами “МСО”, “МСП”, “Медіаторність” – з одного боку, і “Довіра до новинних медіа” та “Громадянська активність” – з другого (табл. 1). Нормальність розподілу вимірювалася за допомогою критерію Колмогорова – Смирнова; для визначення кореляційних зв'язків застосовувався непараметричний коефіцієнт кореляції Спірмена. Як видно з таблиці, простежуються слабкі зв'язки на високому рівні значущості між багатьма із вказаних шкал, але найсильніше пов'язані шкала “Довіра до новинних медіа” та шкала “Соціальний оптимізм” ( $r=0,363$ ,  $p\leq 0,01$ ).

Таблиця 1

**Кореляції відповідей на питання шкал “МСО”, “МСП”, “Медіаторність” і “Довіра до новинних медіа” та “Громадянська активність”**

	Медіатизований соціальний оптимізм	Медіатизований соціальний песимізм	Медіа-творчість
Довіра новинним медіа	0,363**	0,193**	0,220**
Громадянська активність опору	0,242**	0,040	0,196**

Примітка. \*\* Кореляція, значуща на рівні 0,01.

Було також висунуто гіпотезу, що є ще один стиль взаємодії з медіа, який не передбачає стійких патернів настановлень щодо майбутнього – ані оптимістичних, ані песимістичних. Тому ми вирішили з'ясувати, чи є відмінності в параметрах “Довіра до новинних медіа” та “Громадянська активність опору” у респондентів з високим рівнем МСО, високим рівнем МСП і у тих, хто має одночасно низькі значення і за шкалою “Медіатизований соціальний оптимізм”, і за шкалою “Медіатизований соціальний песимізм”.

Отже, щоб пояснити особливості цих відмінностей, ми виділили з загального масиву дані трьох груп респондентів: 1) тих, у кого низькі показники МСО і МСП (нижчі від середнього, N=188); 2) тих, у кого високий рівень МСО (25 % верхніх значень, верхній квартиль, і водночас значення МСП нижчі від середнього, N=162); 3) тих, у кого високий рівень МСП (25 % верхніх значень, верхній квартиль, і водночас значення МСП нижчі від середнього, N=125). Застосування методу Краскела – Волліса дало змогу довести статистичну значущість відмінностей у показниках шкал “Громадянська активність опору” та “Довіра до новинних медіа” у всіх трьох груп респондентів. Відтак ми порівняли показники у цих трьох груп (табл. 2). Виявилось, що найбільшу громадянську активність опору та довіру до новинних медіа демонструють респонденти з високим рівнем медіатизованого соціального оптимізму і низьким – медіатизованого соціального песимізму.

Цікаво, що високий рівень медіатизованого соціального оптимізму зумовлює більшу схильність до громадянської активності опору, тобто оптимісти більш схильні змінювати реальність навколо себе, вірять у власну спроможність впливати на суспільні процеси, і не лише за допомогою медіа, а й зі зброєю в руках (Бондаревська, 2019).

Таблиця 2

**Порівняння показників за шкалами “Громадянська активність опору” та “Довіра до новинних медіа” у трьох груп респондентів**

		Громадянська активність опору	Довіра до новинних медіа
<b>Респонденти з низькими показниками МСО і МСП</b>	середнє значення	<b>6,29</b>	<b>4,36</b>
	кількість осіб	184	186
	стандартне відхилення	4,757	3,597
	медіана	6	4
<b>Респонденти з високим рівнем МСО, низьким МСП</b>	середнє значення	<b>8,66</b>	<b>7,47</b>
	кількість осіб	161	162
	стандартне відхилення	4,721	3,696
	медіана	9	8
<b>Респонденти з високим рівнем МСП, низьким МСО</b>	середнє значення	<b>5,4</b>	<b>5,14</b>
	кількість осіб	123	123
	стандартне відхилення	4,63	3,26
	медіана	5	5

Далі ми порівняли значущість відмінностей відповідей на питання шкал “Громадянська активність опору” та “Довіра до новинних медіа” в осіб з різним рівнем МСО і МСП (застосовувався тест Вілкоксона). З’ясувалося, що громадянська активність опору і довіра до новинних медіа статистично значуще відрізняються в осіб з різним рівнем МСО, причому в осіб з різним рівнем МСП відрізняються лише показники довіри до новинних медіа, а громадянська активність опору від нього не залежить. Дані середніх значень та медіан наведено в таблиці 3, де жирним шрифтом позначено найбільш значущі, а курсивом – найменш значущі відмінності. Отже, в осіб з високим рівнем медіатизованого соціального оптимізму майже вдвічі вищі показники довіри до новинних медіа порівняно з тими, хто має низький рівень МСО, що підтверджується також кореляцією між МСО і довірою до новинних медіа (див. табл. 1). Тобто людина-оптиміст вважає отриману зі ЗМІ інформацію більш достовірною, аніж той, хто має низький рівень МСО. Зауважимо, що й особи з високим рівнем медіатизованого соціального песимізму теж ставляться з більшою довірою до новинних медіа, ніж особи з низьким рівнем, але в цілому вони довіряють ЗМІ менше, ніж “оптимісти”. Можемо припустити, що формування довіри до новинних медіа буде сприяти підвищенню як рівня медіатизованого соціального оптимізму, так і рівня медіатизованого соціального песимізму.

Водночас, хоча й відмінності в показниках респондентів з високим і низьким рівнями медіатизованого соціального песимізму незначущі, з таблиці 3 видно, що й відмінності в показниках респондентів з високими рівнями МСО і МСП так само незначущі. Тобто “песимісти” з будь-яким рівнем медіатизованого соціального песимізму готові стати “рушійною силою” суспільних змін, у тому числі й чинити спротив інформаційній війні, і “голосувати ногами”, і брати в разі потреби в руки зброю.

Крім цього, було виявлено високу статистичну значущість відмінностей у відповідях на питання шкал “Громадянська активність опору” та “Довіра до новинних медіа” у респондентів з різним рівнем медіаторчості (застосовувався тест Вілкоксона). Для кращого розуміння особливостей цих відмінностей ми виділили із загального масиву дані двох груп респондентів: тих, у кого високий рівень медіаторчості (25 % верхніх значень, верхній кuartиль), і тих, у кого він низький (25 % нижніх значень) (табл. 4). Усі показники, як бачимо, мають статистично значущі відмінності. Найбільші відмінності спостерігаються у

відповідях на питання шкали “Довіра до новинних медіа” в групах з низькими і високими балами за субшкалами “Створення власного контенту” та “Мотивація медіаторчості” шкали “Медіаторчність”. Відповіді за параметром “Громадянська активність опору” відрізняються лише за субшкалою “Створення власного контенту”. Отже, ті, хто створює більше медіаконтенту, проявляють і більшу громадянську активність. Довіра до новинних медіа вища у тих, хто займається медіаторчністю – створює більше контенту, активніше його поширює і сильніше мотивований.

Таблиця 3

**Порівняння середніх значень за шкалами “Громадянська активність опору” і “Довіра до новинних медіа” у людей з низьким і високим рівнями медіатизованих соціальних оптимізму та песимізму**

			Громадянська активність опору	Довіра до новинних медіа
МСО	низький рівень	середнє значення	5,71	4,51
		кількість осіб	326	328
		стандартне відхилення	4,644	3,404
		медіана	6	4
	високий рівень	середнє значення	8,81	8,84
		кількість осіб	360	363
		стандартне відхилення	4,8	4,282
		медіана	9	8
МСП	низький рівень	середнє значення	7	5,536
		кількість осіб	379	385
		стандартне відхилення	4,681	3,981
		медіана	7	6
	високий рівень	середнє значення	7,65	8
		кількість осіб	367	371
		стандартне відхилення	5,07	4,522
		медіана	8	7

Таблиця 4

**Порівняння середніх значень за шкалами «Громадянська активність опору» і «Довіра до новинних медіа» у респондентів з низьким і високим рівнем медіаторчості**

			Громадянська активність опору	Довіра до новинних медіа
Медіаторчність	група з низьким рівнем	середнє значення	6,05	5,36
		кількість осіб	388	389
		стандартне відхилення	4,419	3,892
		медіана	6	5
	група з високим рівнем	середнє значення	8,35	7,77
		кількість осіб	385	386
		стандартне відхилення	5,014	4,388
		медіана	8	8

Раніше ми вже описували зв’язок шкал “Медіаторчність” та “Соціальний оптимізм” (Voznesenska, 2019). Отже, ті, хто має високий рівень медіаактивності та застосовує медіаторчність у взаємодії з медіа, схильні більше довіряти новинним медіа і більш готові до громадянської активності. Це також підтверджує нашу теоретичну модель протидії деструктивним інформаційним впливам і медіатравматизації та подолання їхніх наслідків, у якій соціальний оптимізм є важливою складовою фактора особистісної стійкості, а медіаактивність визначає другий фактор – саморегуляцію – і є запорукою формування соціального оптимізму.



**Персональний внесок авторів.** О. Л. Вознесенська – 60 % (ідея, розробка методичного інструментарію, інтерпретація результатів, текст статті), І. О. Бондаревська – 20 % (ідея, розробка методичного інструментарію, текст статті), О. О. Кришовська – 20 % (статистична обробка даних дослідження).

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** В умовах трансформаційних процесів в інформаційному суспільстві медіа формують суспільні настрої, але довіра до медіа є низькою. Соціальний оптимізм – основа для побудови копінг-стратегій особистості, профілактики та подолання наслідків медіатравматизації. Медіатизовані соціальний оптимізм і соціальний песимізм є патернами взаємодії з медіа.

Емпіричне дослідження дало змогу виявити певні відмінності громадянської поведінки в осіб з високими і низькими рівнями медіатизованих соціального оптимізму та соціального песимізму. Люди з високим рівнем соціального оптимізму схильні більше, ніж інші, довіряти новинним медіа. Вони вважають отриману зі ЗМІ інформацію більш достовірною, аніж ті, хто має низький рівень МСО, і демонструють найбільшу громадянську активність опору. Тобто так звані “оптимісти” більше за інших схильні змінювати реальність навколо себе, вірять у власну спроможність впливати на суспільні процеси, і не лише за допомогою медіа, а й зі зброєю в руках.

Люди з високим рівнем медіатизованого соціального песимізму теж виявляють певну довіру до новинних медіа, але вони довіряють ЗМІ менше, ніж “оптимісти”. Ті, у кого низький рівень і МСО, і МСП, довіряють медіа найменше і так само найменше вони готові до громадянської активності. Люди, у яких немає стійких настановлень щодо майбутнього (ані оптимістичних, ані песимістичних), не готові до участі в трансформаційних процесах і є найбільш пасивною частиною суспільства. Водночас “песимісти” з будь-яким рівнем соціального песимізму готові стати рушійною силою суспільних змін, у тому числі опиратися інформаційній війні, “голосувати ногами” і брати в разі необхідності в руки зброю.

У тих, хто має високий рівень медіаактивності та застосовує медіаторчість у взаємодії з медіа, більше довіри до новинних медіа і вища готовність до громадянської активності. Громадянська активність опору суттєво вища в тих, хто створює більше медіа-контенту. Довіра до новинних медіа вища у тих, хто повноцінно займається медіаторчістю – створює більше контенту, активніше його поширює і сильніше мотивований.

Чи дають результати дослідження підстави стверджувати, що розвиток довіри до новинних медіа є умовою підвищення рівня медіатизованого соціального оптимізму, а не медіатизованого соціального песимізму? Чи все ж таки формування довіри до новинних медіа в умовах демократичного суспільства призведе до ще більшої поляризації суспільства, представники якого віритимуть різним медіа, зокрема й з ворожим інформаційним контентом, в умовах інформаційної війни? Чи варто розвивати соціальний оптимізм, якщо він може спричинитися до “сліпої віри” інформаційним ресурсам і зменшення критичності сприймання? Чи треба формувати у молодого покоління настановлення на майбутній розвиток (або стагнацію) суспільства, а чи нехай краще молоді залишаться “реалістами”?

Результати дослідження, як бачимо, поставили більше питань, ніж їх було на початку. І пошук відповідей на них є перспективним запитом суспільства до соціальних наук в умовах війни.

### Список використаних джерел

Бондаревська, І. (2019). Довіра новинним медіа, національна ідентичність та громадянська активність опору серед підлітків. *Проблеми сучасної психології*, 1(15), 16–22.

Боташева, Ш. (2002). *Соціальний оптимізм и песимізм как философская антропологема* (Автореф. дис. д-ра филос. наук). Северо-Кавказский гос. техн. ун-т, Ставрополь.

Вознесенська, О. (2011). Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента. В *II Міжнародна науково-практична конференція “Гене́за буття особистості”*. Т. 2 (с. 18–25). Київ: Інформаційно-аналітичне агентство.

Гордеева, Т. О., Сычев, О. А., & Осин, Е. Н. (2010). Разработка русскоязычной версии Теста диспозиционного оптимизма (ЛОТ). *Психологическая диагностика*, 2, 36–64.

Петрова, Е. А., & Ениколопов, С. Н. (2009). Оптимизм как одна из составляющих субъективного благополучия. *Вопросы психологии*, 1, 51–58.

Рижских, А. Ю. (1999). *Социальный оптимизм учащейся молодежи в современном российском обществе* (Дис. канд. социол. наук). Южно-Российский гос. техн. ун-т, Новочеркасск. Взято из <http://cheloveknauka.com/sotsialnyy-optimizm-uchascheysya-molodezhi-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve#ixzz4UpjwhJYd>.

Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy. *The National Association for Media Literacy Education's Journal of Media Literacy Education*, 6 (3), 29–45.

Metcalf, K. N. (2018). Post-conflict reconstruction of trust in the media. In Sayapin S., Tsybulenko E. (Eds.), *The Use of Force against Ukraine and International Law* (pp. 425–445). Netherlands: The Hague.

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *Digital News Report 2017*. Reuters Institute & University of Oxford.

Voznesenska, O. (2019). Media creativity as a way to develop social optimism in the context of destructive informational influences. In *VII international seminar "Political and economic self-constitution: Media, citizenship activity and political polarization"*. Padua.

Zalewska, A. M., & Krzywosz-Rynkiewicz, B. (2011). *Psychologiczne portrety mlodych obywateli*. Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica.

## References

Bondarevskaya, I. (2019). Dovira novynnym media, natsionalna identychnist ta hromadianska aktyvnist oporusered pidlitkiv [Trust in the news media, national identity and civic resistance among adolescents]. *Problems of modern psychology*, 1(15), 16–22. (in Ukrainian)

Botasheva, Sh. (2002). *Sotsialnyy optimizm i pessimizm kak filosofskaya antropologema* [Social optimism and pessimism as a philosophical anthropologem] (Abstract of Ph. D. dissertation). Stavropol, Russia. (in Russian)

Gordeeva, T. O., Sychev, O. A., & Osin, E. N. (2010). Razrabotka russkoyazichnoy versii Testa dispozitsionnogo optimizma (LOT) [Development of the Russian-language version of the Dispositional Optimism Test (DOT)]. *Psychological diagnosis*, 2, 36–64. (in Russian)

Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy. *The National Association for Media Literacy Education's Journal of Media Literacy Education*, 6 (3), 29–45. (in English)

Metcalf, K. N. (2018). Post-conflict reconstruction of trust in the media. In Sayapin S., Tsybulenko E. (Eds.), *The Use of Force against Ukraine and International Law* (pp. 425–445). Netherlands: The Hague. (in English)

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *Digital News Report 2017*. Reuters Institute & University of Oxford. (in English)

Petrova, E. A., & Enikolopov, S. N. (2009). Optimizm kak odna iz sostavlyayushchikh subyektivnogo blagopoluchiya [Optimism as one of the components of subjective well-being]. *Voprosy psikhologii*, 1, 51–58. (in Russian)

Rizhskikh, A. Yu. (1999). *Social optimism of student youth in modern Russian society* [Sotsialnyy optimizm uchashcheysya molodezhi v sovremennom rossiyskom obshchestve] (Ph. D. Thesis). Novocherkassk, Russia. Retrieved from <http://cheloveknauka.com/sotsialnyy-optimizm-uchascheysya-molodezhi-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve#ixzz4UpjwhJYd>. (in Russian)

Voznesenska, O. (2019). Media creativity as a way to develop social optimism in the context of destructive informational influences. In *VII international seminar "Political and economic self-constitution: Media, citizenship activity and political polarization"*. Padua. (in English)

Voznesenskaya, O. (2011). Media-aktyvnist yak faktor stanovlennya osobystosti suchasnoho studenta [Media activity as a factor in the formation of the personality of a modern student]. In *II International scientific-practical conference "Genesis of personality"*. Vol 2 (pp. 18–25). Kyiv: Information and Analytical Agency. (in Ukrainian)

Zalewska, A. M., & Krzywosz-Rynkiewicz, B. (2011). *Psychologiczne portrety mlodych obywateli* [Psychological portraits of young citizens]. Warszawa: Wydawnictwo SWPS Academica. (in Polish)