

Ю.С. Чаплінська, Л.А. Найдьонова, Т.А. Тамакова

# Стандартний протокол проведення медіапсихологічної експертизи аудіовізуальної продукції



НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

**СТАНДАРТНИЙ ПРОТОКОЛ ПРОВЕДЕННЯ  
МЕДІАПСИХОЛОГІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ  
АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Кропивницький – 2022

УДК 159.923:316.6, 316.77

Рекомендовано до впровадження рішенням вченої ради  
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України  
(протокол від 30 грудня 2021 р. №17/21)

**Стандартний протокол проведення медіапсихологічної експертизи аудіовізуальної продукції / Ю. С. Чаплінська, Л. А. Найдьонова, Т. А. Тамакова та ін. ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2022. – 43 с.**

Стандартний протокол призначений для використання фахівцями в галузі медіапсихологічної експертизи. Його створено на основі положень наукової медіапсихології, сучасної практики судової експертизи, практичного досвіду фахівців лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Протокол визначає послідовність дій фахівця у справах щодо вирішення питань, які стосуються психологічного дослідження медіатворів під кутом зору наявності в них медіаризиків, здатних негативно вплинути на психологічне здоров'я та благополуччя дитини. Розроблявся в межах наукового дослідження “Критерії заподіяння аудіовізуальною продукцією негативного впливу на психологічне благополуччя дітей різного віку” (Постанова Президії НАПН України № 1-2/2-13 від 1.02.2021 за договором № 12/6/1-21 МВпр від 01.02.2021).

Адресується фахівцям у психологічній та медійній сферах, науковцям, судовим експертам, практичним психологам, медіапсихологам, представникам громадських організацій, спеціалістам із психологічного здоров'я, співробітникам судових і правоохоронних органів України.

УДК 159.923:316.6, 316.77

ISBN 978-966-189-676-4

© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2022  
© Чаплінська Ю. С., Найдьонова Л. А., Тамакова Т. А., 2022

# ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b> .....	16
1.1. Об'єкт дослідження .....	16
1.2. Предмет дослідження.....	16
1.3. Основні терміни та визначення.....	16
1.4. Суб'єкти дослідження .....	18
1.5. Експертні питання, які має вирішити фахівець, та визначення компетенції експерта.....	18
1.6. Методи психологічного дослідження у справах щодо визначення медіаризиків, які можуть справити негативний вплив на психологічне здоров'я та благополуччя дитини.....	19
<b>2. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ У СПРАВАХ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ МЕДІАРИЗИКІВ, ЯКІ МОЖУТЬ СПРАВИТИ НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ ДИТИНИ</b> .....	20
2.1. Попереднє (підготовче) дослідження .....	20
2.2. Аналітичне дослідження.....	21
2.3. Медіапсихологічний аналіз аудіовізуальної продукції .....	25
2.4. Комплексне оцінювання результатів дослідження .....	27
2.5. Оформлення ходу та результатів експертного дослідження ВИСНОВКОМ.....	29
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	31
<b>Список використаних джерел</b> .....	32
<b>Додаткові матеріали для ознайомлення</b> .....	33
<b>Додаток. Методика оцінювання наявності/відсутності у медіатворі ознак, здатних негативно вплинути на дитину</b> .....	34

## ВСТУП

Стандартний протокол розроблено співробітниками лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України спільно з експертами відділу психологічних досліджень Київського науково-дослідного інституту судових експертиз у межах наукового дослідження “Критерії заподіяння аудіовізуальною продукцією негативного впливу на психологічне благополуччя дітей різного віку”. Підставою для виконання наукового дослідження стала Постанова Президії НАПН України № 1-2/14-280 від 28 грудня 2020 року «Про оголошення конкурсного відбору для виконання у 2021 р. наукових досліджень з проблем розвитку освіти, які потребують невідкладного розгляду»; Пріоритетний напрям: 17. Соціальна і політична психологія. Назва державної цільової програми та пріоритетний напрям розвитку науки і техніки (для досліджень за державною тематикою) – науки про життя, нові технології профілактики та лікування найпоширеніших захворювань; цільові прикладні дослідження з питань гармонізації системи «людина – світ» та створення новітніх технологій покращення якості життя.

Як показали результати досліджень лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України, більшість українських дітей щоденно протягом 2-3 годин перебувають під впливом телебачення, який батьки не вважають безпечним для них через наявність у телеконтенті сцен насильства, поєднаних з еротичними епізодами, демонстрацією жахів, смерті, вживання наркотиків та інших небажаних для наслідування форм поведінки. Проте кількість такого контенту постійно зростає. Кіберпрактики дітей та підлітків призводять до передчасної і надмірної сексуалізації, викривлення уявлень про соціальний світ і стосунки в ньому, зростання кібервіктимізації і медіатравматизації. У зону особливого ризику з погляду завдання шкоди здоров'ю і розвитку потрапляють 11% дітей, які, за оцінками батьків, дивляться телевизор понад 4 години на добу. Найбільше таких “важких” споживачів серед підлітків, які особливо вразливі до медіавпливів.

У практичному доробку колективу фахівців лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України наразі не один успішний кейс формування експертних висновків на запити суспільства щодо аналізу медіапродукції.

Одним із **перших практичних запитів** щодо психологічного аналізу медійного тексту, який було адресовано лабораторії ще 2013 року, став запит психолога одного із закладів загальної освіти. Запит стосувався популярної на той час серед молоді саги «Сутінки», де популяризувалися фольклорні персонажі – вампіри і вовкулаки. Занепокоєння професійної спільноти викликали передусім питання зміни полюсів добра і зла, а також яскраво

виражених суїцидальних тенденцій, які демонструвала головна героїня саги заради того, щоб стати «одного зі своїм коханим виду».

Працюючи над цим запитом, Ю. С. Чаплінська виділила п'ять аспектів, у яких має проводитися глибокий і всебічний аналіз медіапродукту задля розуміння його впливу на споживача. А саме:

- *Символіко-міфологічний аспект* – охоплює міфи, легенди, казки, символи або архетипи, що лежать в основі медіапродукту, який підлягає фільманалізу. Образи, які закладаються в символіко-міфологічному аспекті, зазвичай впливають на споживацьку аудиторію на рівні колективного несвідомого (тобто в більшості випадків глядачі цей вплив не усвідомлюють).

- *Особистісний аспект* – розкривається через внутрішній світ головних і другорядних персонажів, з якими спостерігач може себе ідентифікувати як на свідомому, так і на несвідомому рівнях. Аналізуються не тільки особистісні риси персонажів, а й можливі психологічні та поведінкові трансформації глядача під впливом медіагероя (наскільки герої прості і зрозумілі для глядача, наскільки він приймає їх або не приймає, чи прагне бути схожим на них, чи інтеріоризує їхні слова, цінності та настанови у свій внутрішній світ). Так, С. Мюррей, досліджуючи шанувальниць телешоу «My So-Called Life», виявив, що дівчатка-підлітки часто намагалися наслідувати головну героїню (Анжелу): вони одягалися так, як вона, фарбували волосся у червоний (як у неї) колір або діяли в такий самий спосіб, як діяла б вона (Murray, 1999).

- *Соціальний аспект, або аспект стосунків*, відображає психологічні закономірності побудови соціального життя, взаємин між людьми, загальних правил і моделей поведінки, які утворюють когнітивну мапу світу того медіапродукту, який підлягає фільманалізу. Аналіз соціального аспекту зазвичай формує певний дієвий складник, тобто визначає, на які вчинки героїв медіапродукту глядач реагує позитивно, а на які – негативно, що задає ціннісно-дієвий рівень. Оскільки діти і підлітки часто через різнопланові медіапродукти засвоюють соціальні та поведінкові ролі, а потім відтворюють їх у повсякденному житті, для загального фільманалізу важливими є стереотипні і нові моделі поведінки, які через медіапродукти можуть проникати в суспільство. Так, наприклад, дослідження Дж. Б. Крістіансена і М. М. Кінг показали, що ідентифікація з медіаперсонами впливає на вибір майбутньої професії (Christiansen, 1879; King, 1996).

- *Контекстуальний аспект* вміщує в себе комплекс історичних або культурних контекстів, у яких розгортаються події фільму. Передбачається також аналіз музичного супроводу картини і паралелей із творами художнього мистецтва.

- *Творчий аспект* репрезентований комплексом супутніх медіапродуктові товарів, наприклад: саундтреків, комп'ютерних та відеоігор, побутових товарів (одягу, подушок, рушничків, наклейок, брелоків з відповідною до медіапродукту тематикою), фанатських коміксів, творів фан-арту чи фанфікшену, фестивалів чи рольових ігор за мотивами медіапродукту і т. ін. Аналіз цього аспекту дає змогу визначити рівень популярності медіапродукту,

попиту аудиторії на супутні товари, а також елементи, які “заходять” фанатам найкраще, і бажані варіанти розвитку подій “після”, тобто спрогнозувати альтернативні кінцівки, і, що важливо, оцінити економічну доцільність виходу продовження, або сиквела, цього, конкретного, медіапродукту.

Ю. С. Чаплінська узагальнила та систематизувала набутий досвід аналізу медіапродуктів у практичному посібнику для медіапсихологів і медіапедагогів “Фільманаліз у роботі психолога” (Чаплінська, 2019). У посібнику наведено близько чотирнадцяти схем опрацювання медіапродукції (з позицій того чи іншого психологічного підходу), спрямованих на розвиток критичного та аналітичного мислення української молоді, її духовного і морального розвитку, на оптимізацію роботи в команді, профілактику адиктивної, “булінгової” зокрема, поведінки, розвиток в учнів рефлексії, емпатії і толерантного ставлення до інших, не схожих на них, людей.

**Другий кейс** надійшов у лабораторію після Революції Гідності від Департаменту захисту національної державності Служби безпеки України (Лист № 5/4/2-7060) щодо аналізу низки програм, а саме:

- Где будут границы России в 2017? Как нас развели созданием Украины.
- Как ЕС повторяет Германию 1941. Наступление обманом. Почему Украина зовёт НАТО.
- Как из русских делали украинцев. Придуманная незалежность. Киевская комедия.
- Маразм крепчает – запрещают все русское. Как языком сносят Украину. Новости Россия-Украина.
- Последнее интервью. За эти слова могли убрать Мозкового.
- Это должны слышать все украинцы. Сталин об Украине, России и Прибалтике.
- Почему украинцы молчат. Как Порошенко повторяет ходы Гитлера. Взятки фашистов.
- Трагедия раскола. Как начинался геноцид православных на Украине.

Перед науковцями лабораторії було поставлено таке завдання: дати обґрунтовані відповіді на низку запитань щодо змісту відеоматеріалів, використаних у них форм та засобів психологічного впливу і можливих його наслідків. Список запитань для розгляду:

1. Чи наявні у відеозаписах висловлювання щодо доцільності (можливості, необхідності) зміни меж території або державних кордонів України, зокрема змін, що мали місце (анексія АР Крим); входження України до складу більш широких державних утворень (союзів, федерацій)?

2. Чи пропонують автори відео змінити форму державного устрою з унітарної на федеративну або переконують у доцільності вступу України до конкретних міждержавних утворень (союзів) і чи може це призвести до втрати суверенітету, територіальної цілісності та недоторканності нашої держави?

3. Чи міститься у відеоматеріалах інформація, яка принижує національну честь і гідність, нівелює культурні та історичні цінності українського суспільства?

4. Чи є в представлених матеріалах висловлювання, позитивні оцінки, що містять заохочення до насильницьких дій, спрямованих проти державної влади та її представників, а також висловлювання, які за смисловим розумінням є публічним виправданням екстремістських, сепаратистських або терористичних дій?

5. Чи є ознаки маніпулювання суспільною думкою, які можуть вплинути на формування стереотипів поведінки, поглядів цільової аудиторії?

6. Чи є в наданих матеріалах ознаки антиукраїнської пропаганди?

7. Чи можна розглядати ці матеріали як спробу організації представниками іноземних держав інформаційної експансії в Україні?

8. Чи є це спробою втручання у внутрішню політику нашої держави, завдання шкоди інформаційній безпеці України?

9. Чи містяться в наданих матеріалах ознаки пропаганди комуністичного, націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів?

10. Якщо вищевикладене міститься в наданих матеріалах, то в якій формі: твердження про факти, які можна перевірити на відповідність дійсності; оцінне судження; думка; пропозиція; питання?

11. Яка комунікативна спрямованість відео, мета висловлювань?

12. Чи містять представлені на дослідження відео ознаки мовного акту заклику, спонукання?

13. Чи побудовані відеозаписи відповідно до мовної стратегії дискредитації, маніпулювання суспільною думкою?

14. Чи мають відеозаписи публічний характер?

15. Чи є в представлених матеріалах ознаки здійснення психічного впливу на глядачів?

16. Чи формують або підкріплюють записи наданих матеріалів певні стереотипи мислення?

17. Чи можуть відеоматеріали, представлені на дослідження, здійснювати спонукальний вплив на свідомість, волю, поведінку людини?

18. Які вербальні і невербальні засоби використовувалися в представлених матеріалах для цілеспрямованого нав'язування певної думки, переконань, ідей?

Колектив лабораторії провів психологічний аналіз змісту відеопродукції, зокрема такі його види: аналіз відеоряду, аудіоряду, аудіовізуальної взаємодії як складових психологічного впливу; релігійно-ціннісний аналіз впливу на аудиторію; аналіз агресивних тенденцій впливу; аналіз когнітивної складової впливу (а саме формування стереотипів); аналіз психологічних маніпуляцій (зокрема історико-психологічний). Щоб виявити реакцію аудиторії, окремі фрагменти демонструвалися групам психологів і педагогів та істориків для подальшого обговорення вражень. Відтак було обґрунтовано експертний висновок про те, що надані відеофрагменти містять ознаки маніпулювання, яке виконує функцію налаштування аудиторії на прийняття заперечення державності України та порушення її територіальної цілісності, викривлення історичних фактів щодо державного устрою України, приниження національної гідності українців, руйнування української ідентичності, підбурювання



громадян до насильницьких дій, формування у глядачів неадекватних стереотипів. Загалом у наданій продукції містяться явні ознаки антиукраїнської пропаганди з використанням непрямих способів психологічного впливу на аудиторію, що дає підстави для того, щоб розглядати цю продукцію як таку, що порушує інформаційну безпеку держави, і потребує розслідування її виробництва як спроби організації представниками іноземних держав інформаційної експансії в Україні.

Такі маніпулятивні впливи, що добре простежуються в наданих для аналізу матеріалах, реалізуються в різних формах. Зокрема, можна зауважити, що:

- у цих медіаповідомленнях зазвичай уникають викладати твердження щодо фактів, які можна перевірити на відповідність дійсності; часто вдаються до оцінних суджень, якими підміняють факти; намагаються видати думки за факт; безпідставно пробують прив'язати історичні події до сучасного контексту, що призводить до викривлення розуміння сьогоденних подій, тощо;

- основна комунікативна спрямованість відеоматеріалів – руйнування української ідентичності, мета висловлювань – викривлення уявлень про реальність відповідно до концепції “русского мира”, вперто нав'язуваної українській аудиторії;

- представлена на експертне дослідження відеопродукція не містила явних ознак заклику і спонукання до агресивних дій – вона була спрямована на формування когнітивних стереотипів, уявлень і переконань, орієнтуючись на які глядачі самі могли здійснювати потрібні маніпуляторам екстремістські і сепаратистські дії, зокрема й агресивні;

- відеозаписи мали публічний характер, оскільки були розміщені у відкритому доступі, який не мав жодних обмежень, зокрема і вікових, тобто матеріали були доступними і для неповнолітньої аудиторії глядачів;

- представлені відеоматеріали містили ознаки здійснення психічного впливу на глядачів з використанням відповідної синхронізації відео та аудіорядів, швидкого темпу мовлення, наявності слів-маркерів агресії (кров, кривавий, смерть тощо);

- матеріали формували і підживлювали антиукраїнські настановлення і стереотипи мислення;

- відеопродукція, представлена на дослідження, могла справляти спонукальний вплив на свідомість, волю, поведінку людини завдяки використаним технологіям непрямого психологічного впливу, оскільки вербальні і невербальні засоби застосовувалися для цілеспрямованого нав'язування певної думки, переконань, ідей, що порушують інформаційну безпеку Української держави.

Щоб оптимізувати процес розвитку патріотизму у старшокласників, студентів та підвищити рівень їхньої медіаграмотності засобами медіаосвіти, у межах цього кейсу було розпочато активне розроблення теми “Захист інформаційного простору України від ворожої пропаганди”. Підсумки проведеної роботи Н. І. Череповська підбила в навчально-методичному посібнику “Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення

молоді”, де обґрунтувала ідею ресурсності патріотизму особистості в умовах інформаційної війни та оновлення його завдяки таким новим інструментальним якостям, як свідоме ставлення до інформації; здатність до рефлексії емоцій та почуттів щодо сприйнятого, його критичного осмислення; здатність до формулювання самостійних висновків щодо інформації, її творчого переосмислення тощо (Череповська, 2016b).

Темі пропаганди Н. І. Череповська присвятила окремий модуль також у посібнику “Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни”, описавши способи управління емоціями аудиторії та зменшення раціонального сприйняття інформації через застосування архетипних образів, кольорів, звуку/музику:

- *образ*: пропаганда маніпулює образами дітей, жінок, старих людей як жертв, яких потрібно захищати, а також “героя-захисника/визволителя” з підкресленою маскуліністю; використовує символи протистояння “добра” і “зла”; створює нові образи, демонізуючи або принижуючи супротивника (так, з подачі російських пропагандистів українці набули страшного образу “фашиста”, глумливого – “укропа”);

- *кольори*: найчастіше яскраві, насичені, конкретні – такі, що привертають увагу, створюють певне емоційне тло для сприйняття ідеї;

- *звук/музика*: звуки використовуються різні, зокрема і звуки війни – стрілянини, вибухів зокрема; пропаганда зазвичай використовує різну музику, а проте переважає помпезна, бравурна, урочиста або ж, навпаки, тривожна, гнітюча;

- *голос* “у кадрі” або “за кадром”: використовується занадто емоційна, оцінна лексика (Череповська, 2019).

**Третій кейс** надійшов на опрацювання 2017 року. Нагадаємо, що Національна рада з питань телебачення і радіомовлення має здійснювати в межах законодавчо визначених повноважень діяльність із недопущення розповсюдження в національному медіапросторі продукції, яка пропагує культ насильства і жорстокості, та функцію контролю за дотриманням законодавства про захист суспільної моралі (йдеться про відеосюжети на сексуалізовану тематику) під час створення, підготовки та розповсюдження телерадіопрограм. Є рішення Національної ради з питань телебачення та радіомовлення від 09.03.2017 року № 324 як реакція на систематичні звернення глядачів з наріканнями на контент ефірів, що, на їхню думку, пропагує насильство над дітьми, шкодить їхньому духовному, моральному та психологічному здоров’ю. У зв’язку із цим рішенням до Інституту соціальної та політичної психології НАПН України було направлено офіційне звернення для формування експертного висновку щодо завдання шкоди психологічному здоров’ю неповнолітньої аудиторії під час перегляду таких програм:

- ☒ “Битва екстрасенсів”;
- ☒ “Кохана, ми вбиваємо дітей”;
- ☒ “Містичні історії”;
- ☒ “Слідство ведуть екстрасенси”;

☒ “Я соромлюся свого тіла”.

Під час цього медіапсихологічного дослідження колектив лабораторії використовував таку схему подання матеріалів:

1. Характеристика загального змісту медіаконтенту.
2. Схема послідовного викладу інформації (сюжет).
3. Психологічна характеристика учасників (основних героїв, ведучих, масовики) та їхня роль у програмі.
4. Медіаприйми, які використовуються.
5. Роль музики.
6. Опис медіаризиків.

У межах цього дослідження важливим нововведенням був повноцінний опис медіаризиків для кожного медіапродукту.

Наведемо приклади:

“*Битва екстрасенсів*” – формувала та підкріплювала у дітей міфологічне світосприйняття, засноване на вірі в надприродне, довірливість і некритичне ставлення до так званих потойбічних проявів (вимкнулося світло після згадування про «темні сили», або біля героя раптом упала цеглина), що, відповідно, може призводити до зростання особистої тривожності та закріплення дитячих страхів, які є ірраціональними й нереальними (наприклад, страх темряви, цвинтарів, духів, привидів, вампірів тощо). Особливо це стосується дітей молодшого шкільного віку.

“*Містичні історії*” – демонструвалися в прайм-тайм, хоч і не були призначені для неповнолітньої аудиторії, оскільки торкалися теми загадкових убивств, самогубств, насильства тощо. Візуальний і психологічний супровід сюжету не рахувався з вразливістю дитячої психіки (сцени показувалися великим планом із фізіологічними подробицями, через що могли довго триматися в пам’яті, лякати і тривожити); у передачі яскраво демонструвалися «потойбічні сили» як щось абсолютно реальне і те, що може завдати шкоди; пропагувалася віра в надприродне, нав’язувалася довірливість до інформації. Програма формувала у неповнолітніх дітей некритичне й неадекватне сприймання дійсності через засоби містифікації та міфологізації реальності. Містифікація підсвідомості могла призвести до втрати зовнішнього локусу контролю, перекладання відповідальності за міжособистісні стосунки та власні вчинки на містичний збіг обставин. У цій програмі романтизувалися люди, які вчиняли суїцид; їх презентували аудиторії як жертв тяжких життєвих обставин, як романтичних духів справедливості. Суїцид у програмі не засуджували, а презентували як норму буття, що могло призвести до формування у неповнолітніх телеглядачів толерантного ставлення до суїциду і тяги до наслідування суїцидальної поведінки як цілком нормального, прийнятного способу вирішення життєвих ситуацій.

“*Кохана, ми вбиваємо дітей*” – яскравий та емоційний показ у програмі сцен насильства, як фізичного, так і психологічного, однозначно справляв негативний психологічний вплив на неповнолітніх дітей. Контент цих телепередач підштовхував неповнолітніх глядачів, навіть із благополучних

сімей, до переймання неконструктивних моделей поведінки, що демонструвалися в передачі, таких як нецензурна лексика; психологічне і фізичне насилля; зневажливе ставлення до батьків та літніх людей; можливість утечі з дому; порушення сімейної ієрархії та можливість диктувати дорослим, як їм потрібно поводитися; делінквентна і віктимна поведінка; вигадування історій, яких не було в реальному житті (відвертої брехні). Цю передачу, відповідно до нашого експертного висновку, було визнано такою, що не рекомендується для дітей дошкільного і молодшого шкільного віку та підлітків з вразливою психікою.

У межах цього кейсу активно використовувалася розроблена Л. А. Найдьонову вікова класифікація медіаризиків:

*Ризики для дітей до 4-х років* пов'язані із фоновим переглядом телепродукції, наприклад: мати дивиться телевизор, годуючи дитину груддю; батьки вмикають телевизор, щоб у дитини не було відчуття самотності, коли з нею ніхто не спілкується; дитина грається іграшками і водночас паралельно переглядає програми, які дивляться дорослі в кімнаті, а контент таких передач не завжди є прийнятним і може містити в собі елементи жахів, насильства та сексуалізації; дитину годують, відволікаючи увагу мультиком, і в неї виробляються умовні рефлекси, пов'язані із споживанням медіапродукції.

*Ризики для дітей від 4-х до 7-ми років:*

- некритичність сприйняття телевізійної реальності (“вони думають: усе, що в телевизорі показують, є насправді, усе це відбувається”; “вірять у те, що показують”, “думають, що то реально”);
- надмірна візуальна вразливість (“воно стоїть перед очима”, “дитина каже: мамо, я боюся, навіщо вони так роблять?”);
- невідповідний моральний розвиток (“думають: що не показують – то все добре, так треба робити”, “приймає все на віру”);
- копіювання висловів, імітація дій (“вони ж між собою спілкуються тими мультиками”, “йдуть такі фрази з тих мультиків”, “як тільки зійдуться на дитячому майданчику, починають битися, імітувати вбивства з якихось фільмів”; “він просто починає перетворюватися на того Губку Боба, так діє і так відчуває”).

*Ризики для дітей від 7-ми до 9-ти років:*

- надмірно довіряють рекламі товарів (“треба купити – і все, навіть таблетки”; “не може дитина визначитись, що збирає, тому все купляє”, “Бакуганів купуємо, картки купуємо”);
- дуже захоплені телевизором (“дитину не відірвати”; “дитина навіть не чує, що до неї говорять”; “телевізор – це спосіб відтягнути час, щоб не робити уроки”);
- залежать від впливу іншої дитини, яка дивилася (“треба ж дивитися зомбі, бо всі дивляться”);
- бояться, що з ними це теж станеться (“боїться, що Земля загине, погано спить”).

*Ризики для дітей від 9 до 12-ти років:*

- висока залежність від думки однолітків (“це всі дивляться, і я хочу”, “це просто тиск: дзвонять і питають, чого “Універ” не дивишся?”);
- копіювання моделей поведінки (“може захопитися ідеями: знущання, вбивства специфічні; суїцид; коли п’ятеро на одного, і той упав, а його б’ють”, “брат брата підколює”, “захоплення героями, а що то за герої?”);
- викривлення норм (“вважають, що це є нормою життя, що це так і повинно бути”, “це подобається, це адреналін”; “кримінал – норма, як і вживання алкоголю”);
- отупіння, інтелектуальна деградація (“неінтелектуальний там гумор”, “перетворює на овоч пасивний”, “нема міркування, розвитку”).

*Ризики для дітей від 12 до 16-ти років:*

- копіювання моделей стосунків із перекрученими людськими цінностями (“це ж пародія на сім’ю замість материнства, доброти, що треба берегти близьких і себе”, “демонструється безвідповідальність, розборки між людьми, що вважалися недостойними; невістка не крутизна”);
- спрощене розуміння подій (“новинні сюжети про Оксану Макар не сприймаються – що це і про правоохоронну систему, а не лише про подію”; “спотворене бачення соціального життя”; “уявляє нереальний світ, поринає в нього”) (Найдьонова, 2013).

Важливо зазначити, що після опрацювання цього кейсу лабораторія почала активно співпрацювати з представниками медіаіндустрії щодо захисту дітей, залучених до медіавиробництва. Адже в телепередачах часто демонстрували сцени фізичного та морального насильства над дітьми, дітей показували оголеними або напівоголеними, розкривали неприємні факти їхніх сімейних історій. До того ж ці сюжети демонстрували по всій країні, що часом ставало приводом для подальшого мобінгу і булінгу щодо цих дітей з боку однолітків.

**Четвертий кейс**, пов’язаний із попереднім психологічним дослідженням, лабораторія реалізувала 2018 року. Це була експертна оцінка сценарію анімаційного серіалу “Пригоди Котигорошка та його друзів”, рекомендованого для дітей дошкільного і молодшого шкільного віку. Потрібно було проаналізувати сценарій, що складався із 9 серій. Запит від анімаційної студії полягав у визначенні відповідності змісту медіапродукту цільовій аудиторії, у дослідженні психологічних настановлень, які може отримати дитина внаслідок перегляду цього медіаконтенту, а також у з’ясуванні можливих медіаризиків.

Цей кейс був цінним для медіааналітичної практики, оскільки медіавиробники фактично вперше звернулися за експертним висновком на допітчинговому етапі виробництва медіаконтенту для дітей. Відтак завдяки спільній роботі лабораторії і кіностудії анімаційних фільмів “Укранімафільм” сценарії було доопрацьовано і певним чином видозмінено.

У 2020 році до лабораторії надійшов запит на аналіз матеріалів програми “Я соромлюсь свого тіла” (телеканал СТБ, власник – В. Пінчук). У цьому, **п’ятому, кейсі** медіаекспертизу потрібно було провести щодо анонсів (короткої відеоформи) цього медіапродукту. На експертизу надійшло два різних за змістом відеосюжети. У першому показано жінку похилого віку, яка 10 років

лікувалася ізатизоном у доктора А. І. Потопальського, у другому – історію молодого чоловіка з травмованим обличчям, який очікує на операцію, і його нареченої.

У межах цього кейсу для обґрунтування висновків Н. І. Череповська скористалася визначенням трьох видів деструктивних інформаційних медіавпливів, а саме:

*об'єктивних*, які завдають певної шкоди переважній більшості стихійних споживачів;

*суб'єктивних*, які шкодять лише за умови наявності певних суб'єктивних передумов або окремим групам споживачів, що мають певні суб'єктивні психологічні особливості;

*технологічних* – спеціально створеного медіаконтенту, як-от: неправдива інформація (дезінформація, наклепи), перекручування фактів, поширення чуток тощо – для впливу на певну категорію споживачів (Череповська, 2016а).

Представлений у відеосюжетах матеріал був першим (об'єктивним) видом деструктивних впливів медіа, оскільки містив потенційно травматичну для психіки неповнолітніх дітей інформацію, що виходила за межі звичного досвіду: перший сюжет ілюстрував «страшну рану» на грудях жінки похилого віку (саркому в критичній стадії); другий сюжет – «страшне, скалічене обличчя» молодого чоловіка, яке різко контрастувало з красивим обличчям молодої жінки (особливо різким був цей контраст у момент поцілунку).

Зазначені зображення, що демонстрували значні тілесні ушкодження, належать до категорії медіаризиків «жахи», оскільки можуть налякати і викликати негативні емоційні стани неприйняття (відрази).

Ось ті запитання, які ставили перед колективом лабораторії як перед експертами:

*1. Чи може перегляд вищезгаданих анонсів зашкодити глядачам?*

Так, представлені анонси можуть психологічно травмувати деякі категорії телеглядачів.

*2. Чим обґрунтований ризик травмування?*

Причиною імовірного психологічного травмування телеглядачів через натуралістичне представлення у візуальному форматі страшних ран, каліцтва людини може бути:

- ☒ непередбачуваність глядача до раптового сприйняття неестетичного, жахливого зображення;
- ☒ особливості індивідуального сприйняття людини, якщо вона, наприклад, мала особистий досвід стикання з такими явищами, який закінчився для неї негативно/неприємно;
- ☒ дуже чутлива, тонка нервова організація особи. Відповідно до вікової періодизації медіаризиків Л. А. Найд'янової, особливо сильно такий контент може вплинути на дітей.

Коли на початку 2021 року співробітники лабораторії подали запит на реалізацію науково-дослідної теми щодо критеріїв заподіяння аудіовізуальною

продукцією шкоди дітям різного віку, уже було сформовано фактаж, на основі якого можна було активно розробляти представлену тематику. Крім реалізованих раніше практичних кейсів, дослідження, які проводила лабораторія з 2008 року, свідчили про збільшення в інформаційному просторі обсягів медіапродукції, що може завдавати шкоди психологічному здоров'ю та благополуччю дітей. Разом з тим комерціалізація медіа і технологічних розробок призводить до неконтрольованого поширення медіапрактик дітей та підлітків. Наявних способів регулювання медіаіндустрії вже явно було недостатньо для захисту дитини від руйнівного впливу медіа на її когнітивний, емоційний і соціальний розвиток, психологічне благополуччя і психічне здоров'я. Демократичні цінності регулювання медіаіндустрії та забезпечення свободи слова заходять у суперечність із бажанням батьків захистити своїх дітей навіть шляхом запровадження цензури. У судах батьки не можуть відстоювати свої права, оскільки досі не були розроблені методи доведення факту завдання шкоди суспільній верстві (а не конкретній дитині). Українські інститути судово-медичних експертиз потребують, отже, нових і дієвих методик, що неодноразово було декларовано на відповідних тематичних конференціях та семінарах.

На початок 2021 року в Україні відповідно до Закону України “Про судову експертизу” (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 28, ст. 232) та Наказу Міністерства юстиції України від 08 жовтня 1998 року № 53/5 “Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень” експерти здійснюють такі види судової психологічної експертизи в кримінальному і цивільному процесах: судово-психологічну експертизу індивідуально-психологічних особливостей особистості; судово-психологічну експертизу емоційних реакцій та станів; судово-психологічну експертизу здатності сприймати важливі у справі обставини та давати щодо них правильні (адекватні) покази; посмертну судово-психологічну експертизу; судово-психологічну експертизу спроможності громадянина розуміти значення своїх дій та керувати ними під час укладання угоди; судово-психологічну експертизу у справах про спори між батьками про виховання і місце проживання дитини; судово-психологічну експертизу із застосуванням спеціального технічного засобу – комп'ютерного поліграфа; судово-психологічну експертизу неповнолітніх (підозрюваних, обвинувачених, свідків, потерпілих); судово-психологічну експертизу у справах щодо сексуального насилля та статевої недоторканності; судово-психологічну експертизу у справах про компенсацію моральної шкоди.

Відповідно, медіапсихологічна експертиза не є якимось відокремленим напрямком і не розглядається як окремий вид експертизи, хоча світовий науковий доробок дає всі підстави для цього (Методичні рекомендації). Також у реєстрі методик проведення судових експертиз Міністерства юстиції України представлено інструменти, які працюють з означеною нами темою лише

дотично. Так, наразі використовуються: «Методика судово-психологічного дослідження розвитку неповнолітніх у ході розгляду справ у цивільному судочинстві», Полтавське відділення Харківського НДІСЕ Міністерства юстиції України (реєстр. №14.1.69 від 12.09.2014); «Методика судово-психологічної експертизи комунікативної діяльності особи, зафіксованої у відеозвукозапису», Харківський НДІСЕ Міністерства юстиції України (реєстр. №14.1.70 від 12.09.2014); «Методика судово-психологічної експертизи процесу спілкування особи в ситуації процесуальної дії», Полтавське відділення Харківського НДІСЕ Міністерства юстиції України (реєстр. №14.1.71 від 29.01.2016); «Методика судово-психологічної експертизи у справах про злочини, пов'язані зі злісним невиконанням обов'язків по догляду за дитиною», Полтавське відділення Харківського НДІСЕ Міністерства юстиції України (реєстр. №14.1.72 від 29.01.2016); «Методика експертного дослідження особливостей сприйняття дитиною сімейної ситуації», Київський НДІСЕ Міністерства юстиції України, Житомирське відділення (реєстр. №14.1.73 від 23.03.2018); «Методика судово-психологічної експертизи в кримінальних провадженнях щодо злочинів проти статевої недоторканності», Харківський НДІСЕ Міністерства юстиції України, Полтавське відділення (реєстр. №14.1.74 від 18.01.2019); «Методика психологічного дослідження у справах щодо заподіяння моральних страждань особі та відшкодування моральної шкоди», Харківський НДІСЕ Міністерства юстиції України (реєстр. №14.1.75 від 18.01.2019); «Методика судово-психологічної експертизи комунікативної взаємодії між особами, зафіксованої в матеріалах відеозапису з камери зовнішнього спостереження», Харківський НДІСЕ Міністерства юстиції України (реєстр. №14.1.76 від 18.01.2019); «Методика судової психологічної експертизи», Державний науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України (реєстр. №14.1.77 від 14.02.2020); «Методика судово-психологічної експертизи типологічних особливостей особистості», Полтавське відділення Національний науковий центр "Інститут судових експертиз ім. проф. М. С. Бокаріуса" (реєстр. №14.1.78 від 28.01.2021); «Методика судово-психологічної експертизи емоційних станів стресу та фрустрації», Національний науковий центр "Інститут судових експертиз ім. проф. М. С. Бокаріуса", Полтавське відділення, Національний науковий центр "Інститут судових експертиз ім. проф. М. С. Бокаріуса" (реєстр. №14.1.79 від 28.01.2021).

Жодна з представлених вище методик не спрямована на аналіз аудіовізуальної продукції розважального характеру, яка демонструється по телевізору чи в інтернеті і може своїм змістом завдати психологічної шкоди дитині. У зв'язку із цим актуальним і необхідним завданням є, на нашу думку, розроблення процедури проведення саме медіапсихологічної експертизи аудіовізуальної продукції на захист психологічного здоров'я та благополуччя дитини.



## **1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

*Медіапсихологічна експертиза* – це система психологічного дослідження медіатвору, що має на меті визначити його загальні характеристики, скласти опис медіавпливів на глядацьку аудиторію, виявити потенційні медіаризики, які він має для неповнолітніх осіб, за допомогою чіткої процедури на основі професійних знань експерта-медіапсихолога.

Основною *метою* медіапсихологічної експертизи є написання експертного висновку щодо того, справляє чи не справляє медіапродукція негативний вплив на психологічне благополуччя неповнолітніх осіб.

### **1.1. Об'єкт дослідження**

*Об'єктом* медіапсихологічного дослідження є медіатвори/медіапродукти зазвичай розважального жанру.

### **1.2. Предмет дослідження**

*Предметом* медіапсихологічного дослідження є сукупність фактичних характеристик медіапродукту, описаних із використанням спеціальних знань у галузі психології та медіапсихології, що відображають специфіку діяльності неповнолітніх медіаспоживачів, на яких здійснюється негативний медіавплив.

### **1.3 Основні терміни та визначення**

Аудіовізуальна продукція (твір) – твір, що складається із зафіксованої серії пов'язаних між собою зображень (із звуковим супроводом або без такого супроводу) та призначений для зорового і слухового (у разі звукового супроводу) сприйняття за допомогою відповідних технічних пристроїв. Аудіовізуальна продукція – кіно-, відео-, теле-, фоно-, фотопродукція і її комбінації, створені та відтворені на будь-яких видах носіїв.

Анімація – особливий вид аудіовізуального мистецтва, пов'язаний з “пожвавленням” зображення за допомогою швидкої зміни кадрів за принципом мультиплікації (О. Т. Баришполец).

Анонс – опубліковане в засобах масової інформації повідомлення про

подію або захід (може мати аудіо-, відео- і текстову форму) (О. Т. Барішполець).

Вікові індивідуально-психологічні особливості особистості – сукупність специфічних психодинамічних властивостей психіки особи, які проявляються в її поведінці та діяльності в певні вікові періоди.

Відеоряд – логічно побудована послідовність планів (О. Т. Барішполець).

Візуальні ефекти – зображення, які виконуються за допомогою комп'ютерних програм тривимірної графіки з накладанням реальних зображень і мають на меті посилити враження глядачів від його перегляду.

Контент-аналіз – якісно-кількісний метод вивчення документів (медіатворів), який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури. Полягає в кількісному вимірюванні якісних характеристик тексту (медіатексту) з подальшою інтерпретацією результатів (О. Т. Барішполець).

Мотиваційна сфера особистості – сукупність мотиваційних утворень: потреб, диспозицій (мотивів), цілей, настановлень, поведінкових патернів, інтересів. Розвиненість мотиваційної сфери характеризується її широтою (діапазоном мотиваційних факторів), гнучкістю (різноманітністю засобів задоволення однієї потреби) та ієрархією (співвідношенням домінантних і підпорядкованих мотивів).

Медіа – система масових комунікацій: технічних засобів створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприймання інформації та обміну нею – між суб'єктом (актором медіатвору) і об'єктом (масовою аудиторією) (О. Т. Барішполець).

Медіаобрази – зображення якого-небудь явища, елементів культури і суспільства, які відтворюються в аудіовізуальній продукції.

Медіаефект – вплив інформації, отриманої із засобів масової інформації, на життєдіяльність, поведінку та вподобання аудиторії (глядачів, слухачів).

Негативний медіавплив (негативний інформаційно-психологічний вплив) – вплив інформації на психіку і свідомість людини, що призводить до неадекватного відображення навколишньої дійсності і, як наслідок, до змін у поведінці людини (Ежевская, 2009, с. 38).

Психологічні страждання (на моральному рівні) – це комплекс почуттів та емоційних станів людини, насичений негативними переживаннями, що виникають під впливом психологічно деструктивних подій, глибоко зачіпають провідні морально-етичні цінності особистості, порушують відчуття благополуччя, самопочуття та змінюють діяльність.

Психологічне благополуччя – багаторівневий комплекс базових потреб та мотивів особистості, збереженість психофізіологічних функцій, що забезпечують позитивне функціонування людини відповідно до її відчуття суб'єктивної життєздатності.

Світогляд – інтеграція досвіду, знань і самосвідомості в ціннісну картину світу, яка зумовлює життєву орієнтацію людини, її ставлення до дійсності і до себе.

Якість життя – відчуття загальної задоволеності життям, рівень душевного комфорту, що визначається мірою відповідності реального існування особистості її ідеалам, цінностям і прагненням.

## **1.4. Суб'єкти дослідження**

Фахівці

- які мають вищу психологічну освіту, освітньо-кваліфікаційний рівень не нижче спеціаліста;
- які вивчали курс “Медіапсихології” і мають за результатами екзаменаційного оцінювання рейтинг не нижче 95 балів;
- які практикують не менше ніж три роки наукові дослідження або викладання курсів, пов'язаних із медіапсихологією та медіаосвітою, і мають відповідне підтвердження (публікації з означеної тематики у фахових журналах), рекомендації від асоціацій медіапсихологічного профілю.

## **1.5. Експертні питання, які має вирішити фахівець, та визначення компетенції експерта**

До компетенції медіапсихологічного експерта належать такі питання:

1) загальна характеристика медіапродукту – аудіовізуального твору; з'ясування, чи є в ньому ознаки порушення законодавства щодо захисту дитини в медіапросторі, чи таких ознак немає, та ін.;

2) опис медіаризиків, які може містити аудіовізуальний твір, на основі критеріїв заподіяння аудіовізуальною продукцією шкоди психічному, моральному здоров'ю і розвитку дитини;

3) психологічний аналіз сюжету з описом медіаприйомів та медіаефектів впливу на аудиторію, використаних в аудіовізуальному творі;

4) встановлення відповідності змісту медіапродукту цільовій аудиторії, зокрема з урахуванням її віку;

5) психологічна характеристика та аналіз поведінкових моделей і патернів героїв (дійових осіб), представлених в аудіовізуальному творі (як певних моделей для наслідування);

6) фіксація символів або архетипів та стереотипів, представлених в аудіовізуальному творі, та опис їхнього психологічного впливу на глядацьку аудиторію.

До компетенції експерта під час медіапсихологічного дослідження не належить вирішення питань етичного, філософського, медичного (зокрема і психіатричного), правового характеру.

## **1.6. Методи медіапсихологічного дослідження у справах щодо визначення медіаризиків, які можуть справити негативний вплив на психологічне здоров'я та благополуччя дитини**

*Загальнонаукові:* діалектичний метод і методи логіки, спостереження, опис, порівняльний аналіз, системний аналіз, інтерпретація, індукція, дедукція, синтез тощо.

*Окремі методи психології* (орієнтовний перелік): спрямоване спостереження; спрямована бесіда; контент-аналіз; психологічний аналіз матеріалів справи/провадження; методи психологічного анамнезу; змістовий психологічний аналіз відеопродукції, в якому виокремлено такі види робіт: аналіз відеоряду, аудіоряду, аудіовізуальної взаємодії як складових психологічного впливу, символіко-міфологічний, релігійно-ціннісний аналіз впливу на аудиторію, аналіз агресивних тенденцій впливу, аналіз когнітивної складової впливу (зокрема формування стереотипів), аналіз психологічних маніпуляцій, аналіз особистостей, моделей і патернів поведінки героїв медіатвору, аналіз медіаефектів та медіаризиків, аналіз відповідності змісту медіапродукту цільовій аудиторії та інші; медіапсихологічний експеримент (вивчення реакцій представників цільової аудиторії на медіапродукцію).

## **2. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ У СПРАВАХ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ МЕДІАРИЗИКІВ, ЯКІ МОЖУТЬ СПРАВИТИ НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ТА БЛАГОПОЛУЧЧЯ ДИТИНИ**

Експертиза проводиться після надходження офіційного документа (листа/подання) про призначення медіапсихологічної експертизи аудіовізуальної продукції та переліку питань до експертизи.

У документі про призначення експертизи (залучення експерта) зазначаються такі дані: дата вихідної реєстрації офіційного документа; посада, звання та прізвище особи, що призначила експертизу; обставини, які мають значення для проведення експертизи; прізвище експерта або назва установи, експертам якої доручається проведення експертизи; питання, які виносяться на розгляд експерта; перелік об'єктів, що підлягають дослідженню (у тому числі порівняльних зразків та інших матеріалів, направлених експертові, або посилення на такі переліки); інші дані, які мають значення для проведення експертизи.

У документі про призначення експертизи (залучення експерта) перераховуються всі об'єкти, які направляються на експертне дослідження, із зазначенням точного найменування, кількості, тривалості чи інших відмітних індивідуальних ознак.

Документальні матеріали, які були об'єктом дослідження, а також надані для порівняльного дослідження зразки позначаються відповідними штампами і після проведення експертизи (дослідження) повертаються органу (особі), який (яка) призначив(-ла) експертизу (залучив(-ла) експерта).

Сама медіапсихологічна експертиза має п'ять етапів: попереднє, або підготовче, дослідження; аналітичне дослідження; медіапсихологічний аналіз аудіовізуальної продукції; комплексне оцінювання; оформлення висновків.

### **2.1. Попереднє (підготовче) дослідження**

Основні завдання, які мають бути вирішені на стадії попереднього дослідження, такі: з'ясування мети дослідження, оцінювання наданих матеріалів під кутом зору їх достатності для вирішення поставлених завдань, формування первинного уявлення щодо досліджуваних об'єктів, побудова гіпотез, планування експертного дослідження.

### *Алгоритм 1. Попереднє ознайомлення з наданими медіапродуктами.*

Мета: з'ясування експертних завдань, визначення можливості, порядку та способу їх вирішення. Експертні завдання визначаються в питаннях, сформульованих в офіційному документі про призначення експертизи. Вивчивши документ про призначення експертизи, експерт встановлює відповідність формулювання питань, їх відповідність компетенції експерта, предмету медіапсихологічної експертизи.

### *Алгоритм 2. Уточнення експертних завдань.*

Якщо питання в офіційному документі про призначення експертизи сформульовані не зовсім ясно, але зміст питань експертові зрозумілий, то експерт може надати відповідні роз'яснення й викласти питання в коректній редакції. У разі встановлення експертом відповідності формулювання питань далі складається план подальшого експертного дослідження та визначається необхідний комплекс алгоритмів і методів дослідження (комплекс заходів).

У разі недостатності матеріалів для вирішення експертних завдань експерт спрямовує запит до установи, яка призначила експертизу. Якщо необхідні матеріали не надані або не можуть бути надані, а за наявними матеріалами надати ґрунтовні, об'єктивні відповіді на поставлені перед експертом питання неможливо, експерт може повернути надані матеріали до установи, що призначила експертизу.

### *Алгоритм 3. Складання плану експертного обстеження.*

Експертні версії щодо вирішення поставлених завдань формуються на основі інформації, яка міститься в наданих матеріалах. На підставі попереднього вивчення матеріалів визначається необхідний комплекс алгоритмів та загальна процедура дослідження (комплекс заходів) і послідовність їх застосування.

## **2.2. Аналітичне дослідження**

Аналітичне дослідження складається із психологічного аналізу матеріалів, наданих для експертизи, і, за потреби, додаткових матеріалів.

Метою аналітичного дослідження є виявлення в наданих медіаматеріалах визначених критеріїв, що можуть справити негативний вплив на психологічне благополуччя дітей (завдати йому шкоди).

*До критеріїв* (Найдьонова, 2014) негативного впливу (заподіяння шкоди) належать:

*Критерій “Насильство”*. Цей критерій відповідає контенту, створеному та поширеному засобами масової інформації, який містить сцени насильства та жорстокості, як фізичного, так і психологічного характеру. До фізичного насильства відносять: фізичні тортури, умисне заподіяння болю і страждань; суїцид чи спроби самогубства; вбивство, заподіяння насильницької смерті; жорстокі бійки із заподіянням тілесних ушкоджень; сцени загибелі людей на війні; показ злочинів і антигромадських дій проти особи. Під психологічним

насиллям розуміють споглядання жорстокого поводження з людьми, дітьми, тваринами, яке завдає їм страждань, за умови власного безсилля; знуцання над іншими та їх приниження; формування неадекватного щодо вчинку почуття провини або сорому.

Фактори, які можуть посилювати ефект цього критерію: тривалий час експозиції (понад 5 хв); показ великим планом жертв, ран, ушкоджень, крові, процесу заподіяння шкоди, смертей; насильницькі дії щодо персонажів одного віку і статі з глядачами; можливість повторення зображених насильницьких дій глядачем у реальному житті; яскрава емоційна реакція жертв насилля – продемонстроване почуття болю; вчинення насильницьких дій щодо інших, завідомо фізично слабшими персонажами, позитивними героями медіапродукту; немає критики або засудження вчинення насильства, а також покарання за вчинені насильницькі дії; показ у позитивному ключі злочинів чи будь-яких протизаконних дій, таких як шантаж, пограбування зі зломом, утримання або залякування.

*Критерій “Жахи”.* Цей критерій відповідає контенту, створеному та поширеному засобами масової інформації, який містить будь-які кадри, здатні викликати страх або огиду у глядача (зокрема і в неповнолітніх осіб).

Жахи включають в себе: реалістично і детально зображені сцени катастроф, стихійного лиха, нещасних випадків; натуралістичні зображення воєнних дій, тероризму; показ тварин (найчастіше диких), що мають загрозливий вигляд чи демонструють агресивну поведінку, що може налякати глядачів; сцени, де люди / людиноподібні істоти / тварини явно або дуже голосно переживають серйозні страждання, потерпають від болю; показ тяжкої хвороби, неминучості смерті або смерті від тяжкої хвороби; детальний показ дій особи, яка хоче звести рахунки із життям, або процесу суїцидальної спроби чи суїциду; сцени отримання каліцтва, загибелі, страти; сцени втрати близької людини, дитини; кадри із знівченими мертвими людськими тілами або демонстрування кривавих сцен; зображення фантастичних істот, що поведуться агресивно і здатні викликати страх або огиду в глядача; зображення людей, тварин або рослин, які перетворюються на жахливих фантастичних істот; жахливі сцени, спричинені дією надприродних сил, істот, монстрів або схожих на них живих істот (людей або тварин), – руйнування будівель, каліцтво та гибель людей і тварин, переживання травматичного досвіду.

Фактори, які можуть посилювати ефект цього критерію: використання спеціальних звукових і візуальних впливів для підсилення почуття страху у глядачів; наявність ескалації почуттів у момент очікування жаху; не показано позитивного завершення жахливої сцени (герої не змогли врятуватися, страшні обставини не подолано); моторошні сцени відбуваються в реалістичних умовах (село, місто, школа, дім, магазин тощо); зображення надзвичайно наляканих людей, які вочевидь переживають стан страху / дуже налякані люди не в змозі впоратися із ситуацією самотійно; загрозлива для наляканих людей ситуація зберігається протягом тривалого часу.

*Критерій “Еротика, секс”*. Цей критерій відповідає контенту, створеному і поширеному засобами масової інформації, який містить сцени з елементами сексуального контексту та оголеної тілесності.

Еротика або секс включає в себе: використання сексуальної мови (жести чи словесний опис, спрямований на сексуальне збудження і задоволення особи, опис подій сексуальних актів у минулому, теперішньому чи майбутньому); використання брутальної сексуальної мови (лайка, образи, приниження, знущання); показ оголеної тілесності, а саме: демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла; елементів сексуального контексту (сексуальної поведінки, секс-іграшок тощо); зображення сексуальної поведінки повнолітніх щодо неповнолітніх; сцени, що містять красномовні натяки на здійснення збоченого статевого акту або відповідну сексуальну мову; сцени, що містять красномовні натяки на здійснення одностатевого акту; показ геніталій (статевих органів) у стані збудження; зображення статевого акту; детальний показ повністю оголених тіл у сценах статевих актів або інтимних частин людського тіла великим планом; показ сексуального акту між чоловіком і жінкою, що здійснюється як за обопільною згодою, так і без неї; сцени збоченого статевого акту (педофілія, зоофілія, некрофілія тощо); сцени статевого акту з більшою кількістю партнерів, ніж двоє.

Фактори, які можуть посилювати ефект цього критерію: зображення сексуальної поведінки неповнолітніх (сексуальна поведінка – це дії, спрямовані на сексуальне збудження і задоволення); демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла з метою приниження; демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла в гумористичному контексті; сумарний час показу статевих актів займає більшу частину часу медіаекспозиції; для збільшення збуджувального впливу використовуються звук, спеціальні ефекти, деталі сексуальних сцен; показ сексу без згоди, насильницького сексу, що супроводжується демонстрацією негативних емоцій жертви, можливо, сценами фізичного насильства; показ сексуальних актів з людиною, яка перебуває під дією наркотиків, сильного алкогольного сп’яніння.

*Критерій “Наркотики, алкоголь, тютюн”*. Цей критерій відповідає контенту, створеному та поширеному засобами масової інформації, який містить сцени, де демонструється або згадується споживання, виготовлення чи розповсюдження наркотиків, вживання алкоголю чи тютюнопаління.

Демонструються сцени: вживання героями медіапродукту наркотиків, міцних алкогольних напоїв і тютюну; негативних для героїв наслідків споживання або виготовлення наркотиків (відверто огидні сцени); споживання або виготовлення важких ін’єкційних наркотиків; споживання або виготовлення легких наркотиків/куріння (марихуани, наприклад); вживання алкоголю (міцних напоїв, а також пива, слабоалкогольних напоїв тощо); сцени з надмірним вживанням алкогольних напоїв через складні життєві обставини; куріння неповнолітніми особами; регулярне куріння тютюну, що зображується в позитивному ключі.



Фактори, які можуть посилювати ефект цього критерію: демонструється або згадується споживання або виготовлення і розповсюдження наркотиків, вживання алкоголю неповнолітніми; наявні деталі споживання або виготовлення важких ін'єкційних наркотиків мають інструктивний характер (глядач може повторити такі дії); детально демонструється споживання або виготовлення легких наркотиків/куріння (є можливість повторення таких дій у реальному житті); немає осуду споживання або виготовлення наркотиків; детальний показ великим планом з відвертими, шокуючими подробицями процесу виготовлення, споживання, психофізіологічних наслідків прийому наркотиків; надмірне вживання легких наркотиків/куріння зображується у "вигідному світлі" (позитивний контекст визначається тим, що ці дії здійснює позитивний або привабливий для аудиторії, успішний герой); нав'язливе (неодноразове) демонстрування вживання алкоголю (міцних напоїв, а також пива, слабоалкогольних напоїв тощо) неповнолітніми; надмірне вживання алкоголю не засуджується; герої, які споживають алкоголь, зображені в позитивному світлі, як позитивні образи (наприклад, красиві, стильні, умілі, успішні, забезпечені, на "крутих" машинах молоді люди, розважаючись, безкарно і без будь-яких наслідків споживають алкогольні напої).

*Критерій "Лайка"*. Цей критерій відповідає контенту, створеному та поширеному засобами масової інформації, який містить сцени з нецензурною лексикою на адресу іншої особи.

Лайка виражається в грубих, непристойних висловах; лихослів'ї, використанні слів, які пов'язані із статевою системою людини; образливих висловах, що принижують гідність іншої особи; використанні низькокультурної кримінальної, сленгової мови.

Фактори, які можуть посилювати ефект цього критерію: нав'язливість, регулярність вживання лайки протягом усього часу експозиції медіапродукту; використання брутальної мови не тільки антагоністом (негативним персонажем), а й протагоністом (головним героєм); використання лайки не критикується, не засуджується; наслідування лайки іншими героями (використання іншими персонажами сталих висловів та фраз брутальної мови слідом за головними героями); використання лайки героями одного віку й статі з глядачами; формування у глядачів уявлення про звичність/звичайність використання лайки в побуті як норми.

*Критерій "Дискримінація"*. Цей критерій відповідає контенту, створеному і поширеному засобами масової інформації, який містить сцени психологічного насильства для демонстрації влади і приниження гідності іншої особи.

Це може бути приниження через несхожість за статевою чи віковою, мовною чи територіальною ознаками, через національність, сексуальну орієнтацію, фізичні чи психологічні вади здоров'я.

Фактори, які можуть посилювати ефект цього критерію: тривалий час експозиції (понад 5 хв); насильницькі дії щодо персонажів одного віку і статі з глядачами або за іншими спільними критеріями (наприклад, фізичними чи психологічними вадами здоров'я); широка поінформованість інших людей про

акти психологічно-насильницьких дій та неможливість зупинити поширення інформації (наприклад, сценарії оприлюднення в соціальних мережах фотографій або відеофрагментів, які дискредитують іншу особу) і складність у притягненні до відповідальності злочинців; немає критики або засудження вчинення психологічно-насильницьких дій, а також безкарність за їх вчинення.

Щоб оцінити медіатвір під кутом зору відповідних критеріїв негативного впливу, можна використовувати спеціально розроблену методику (див. Додаток).

Для вирішення експертних завдань на стадії аналітичного дослідження потрібно визначити:

- соціально-психологічні параметри ситуації, що розглядається у справі;
- особливості (загальні характеристики) аудіовізуального твору, що був направлений на експертизу, та відповідність змісту медіапродукту цільовій аудиторії (віковій класифікації).

### **2.3. Медіапсихологічний аналіз аудіовізуальної продукції**

На етапі вивчення матеріалів з'ясовується фабула події, конкретизуються експертні завдання відповідно до інформативних можливостей наданих матеріалів, додатково визначаються психологічні медіавпливи/медіаефекти, які відповідають завданням, поставленим перед експертом, та дозволяють їх вирішити.

Цей етап потрібний у тих випадках, коли перед експертом постають додаткові завдання, окрім виявлення наявності або відсутності у медіатворі критеріїв негативного впливу на психологічне благополуччя дитини.

*Алгоритм 1 – структурування досліджуваних матеріалів.*

Матеріали для зручності аналізу умовно можна розділити на такі складові: дані про загальну характеристику ситуації; інформація від інших експертів і дані про негативні зміни в структурі особистості чи психологічному стані неповнолітньої дитини (якщо такі матеріали буде надано); загальна характеристика медіатвору; перелік питань для проведення експертизи.

Важливе значення серед матеріалів має перелік питань для проведення експертизи, що визначає необхідні орієнтири для проведення подальших етапів роботи.

*Алгоритм 2 – аналіз документальних відомостей щодо соціально-психологічних параметрів досліджуваної ситуації.*

Аналіз ситуації виконується з метою виявлення факторів, механізму та динаміки, що зумовили виникнення запиту на медіапсихологічну експертизу, створення змістової специфіки, спрямування розвитку проблемної ситуації в певний період часу.

Відомості, необхідні для аналізу ситуації, можуть відобразитися в текстових документах, протоколах та офіційних листах, наказах,

розпорядженнях, письмових поясненнях, у висновках інших експертів тощо.

*Алгоритм 3 – аналіз відомостей про негативні зміни в структурі особистості чи психологічному стані неповнолітньої особи (за наявності таких документів).*

Зазначені відомості можуть відображатися у свідченнях/характеристиках свідків, близьких та інших осіб; у текстових документах та аудіозаписах; у письмових поясненнях; у висновках інших експертів тощо.

У досліджуваних матеріалах може бути зафіксовано специфіку негативних емоційних реакцій неповнолітньої особи (страх, гнів, імпульсивність, психічна напруженість, тривога, почуття провини, сором, образа, почуття краху, почуття втрати сенсу життя, фізичний біль та ін.); специфіку проявів індивідуально-психологічних особливостей неповнолітньої особи після перегляду аудіовізуальної продукції, що були зафіксовані рідними, близькими чи представниками компетентних органів (наприклад, шкільним психологом), тощо.

*Алгоритм 4 – опис загальної характеристики медіатвору.*

Загальний опис медіатвору здійснюється за технічними та змістовими характеристиками.

Технічні характеристики: кількість і форма медіапродуктів для аналізу; їхня цифрова вага (обсяг) і тривалість; дата їх виготовлення; авторство (за наявності).

Змістові характеристики: візуальна інтерпретація подій, представлених у медіапродукті; схема послідовного викладу інформації; кількість та загальні характеристики героїв (можлива мета їх наявності в медіапродукті або роль).

*Алгоритм 5 – медіапсихологічний аналіз медіапродукції відповідно до списку питань, наданих для експертизи.*

Відповідно до поставлених перед експертом завдань, з огляду на вікову періодизацію медіаризиків, критерії заподіяння аудіовізуальною продукцією негативного впливу на дитину та опис медіаефектів, які впливають на свідомість глядачів, експерт має відповісти на поставлені перед ним запитання в межах своєї компетенції. Тому в експертному висновку має міститися перелік поставлених перед експертом питань. Психологічний аналіз медіатвору здійснюється відповідно до них. Окрім опису медіаризиків (відповідно до критеріїв), поряд із наведенням прикладів із медіатексту з посиланням на хвилинні еквіваленти, аналіз передбачає також опис медіаприйомів, що були використані в медіатворі, встановлення відповідності змісту медіапродукту цільовій аудиторії (відповідно до вікової класифікації) тощо. Експерт може відповідати на поставлені в запиті питання лише в межах своїх компетенцій.

## 2.4. Комплексне оцінювання результатів дослідження

Комплексне оцінювання результатів, отриманих у процесі аналітичної роботи, виконується в такій послідовності:

*Алгоритм 1 – констатація можливості і характеру психологічно негативного впливу медіапродукту, що досліджується, на дітей різного віку.*

Комплексне оцінювання психологічно деструктивного впливу ситуації перегляду медіапродукції на особистість неповнолітньої особи стосується моделювання потенційних (можливих) психологічних наслідків (прогнозів) відповідно до ознак:

- спрямованість впливу медіапродукту на особистість неповнолітньої особи (на її потреби, цінності, міжособистісні зв'язки та стосунки, стан здоров'я, уявлення про навколишній світ, моделі поведінки, честь та гідність тощо); прогнози щодо пролонгованості в часі впливу від ситуації перегляду медіапродукту; створення додаткових перешкод для психологічного благополуччя та порушення (руйнування) соціального функціонування неповнолітньої особи; ураження (порушення, руйнування) її життєвих цінностей та викривлення життєвих уявлень;

- можливість негативних змін у поведінкових патернах неповнолітньої особи: наслідування моделей поведінки, що були представлені в медіапродукті; характер та варіативність дій неповнолітньої особи після ситуації перегляду медіапродукту у взаємодії з оточенням; способи адаптивної і компенсаторної поведінки (додаткові зусилля, надмірні витрати психофізіологічних ресурсів) задля подолання негативних наслідків медіавпливів, зумовлених ситуацією перегляду медіатвору;

- можливість негативних змін у структурі особистості неповнолітньої особи (у змісті, ієрархії мотиваційних чинників, у системі особисто значущих сенсів, цінностей, світогляді, у життєвих перспективах, самооцінці, системі міжособистісних зв'язків та стосунків, соціальному статусі, уявленнях про світ, моделях поведінки, честі та гідності, в індивідуально-психологічних особливостях, в емоційному стані, у специфіці психологічних захисних механізмів, діяльності тощо);

- можливість негативних змін у психофізіологічному функціонуванні неповнолітньої особи: у стані її фізичного здоров'я (безсоння, панічні атаки, підвищена тривожність тощо), у психічному благополуччі; пролонгованість таких змін у часі та ступінь зворотності (відновлення) оптимального психофізіологічного стану (зазначені ознаки встановлюються за наявності відповідних вихідних даних у документації медичного характеру).

Проміжні висновки:

а) медіапродукція, що досліджується, не має психологічно негативного впливу, оскільки не може зумовити негативних змін у структурі особистості, в емоційній сфері, у психофізіологічному стані та у звичній діяльності неповнолітньої особи, не створює додаткових перешкод для психологічного

благополуччя особи, не може порушити її соціальне функціонування;

б) медіапродукція, що досліджується, має психологічного негативний вплив. Надається конкретний опис аудіо- та відеоряду в поданому на експертизу відеопродукті та комплексу можливих негативних наслідків від їх перегляду відповідно до зазначених вище ознак (можливі негативні зміни в структурі особистості, в емоційній сфері, у психофізіологічному стані та у звичній діяльності неповнолітньої особи, додаткові перешкоди для реалізації її психологічного благополуччя, докладання додаткових зусиль та витрачання психофізіологічних ресурсів задля подолання негативних наслідків, порушення соціального функціонування, потенційного розвитку особистості та поліпшення життєвої ситуації).

*Алгоритм 2 – надання за потреби (запиту) рекомендацій експерта щодо медіапродукту.*

*Алгоритм 3 – формулювання висновків.*

За результатами комплексного оцінювання медіапродукції, індивідуально-психологічних особливостей особистості та діяльності неповнолітньої особи формуються категоричні позитивні висновки, категоричні негативні висновки, імовірні (або умовно імовірні) висновки і висновки про неможливість вирішення поставлених на експертизу питань.

*Категоричні позитивні висновки* надаються в разі виявлення ознак, що свідчать про наявність негативних впливів на психологічне благополуччя неповнолітньої дитини (в індивідуально-психологічних проявах, в емоційному стані, порушень соціально-психологічного функціонування, наявності перешкод у реалізації оптимальної життєдіяльності та можливості психологічних страждань унаслідок перегляду медіапродукції).

*Категоричні негативні висновки* формулюються, якщо не виявлено ознак, що свідчили б про наявність негативних впливів на психологічне благополуччя неповнолітньої дитини (в індивідуально-психологічних проявах, в емоційному стані, порушень соціально-психологічного функціонування, наявності перешкод у реалізації оптимальної життєдіяльності та можливості психічних страждань унаслідок перегляду медіапродукції).

*Імовірні висновки* експерт формулює, якщо судження про певний факт може бути сформоване у вигляді припущення або ймовірність зазначеного факту можлива за певних умов (умовно ймовірний висновок).

*Висновки про неможливість вирішення питань* надаються в разі встановлення в процесі дослідження непридатності об'єкта, недостатності ознак для повноцінного дослідження тощо.

*Повідомлення про неможливість виконання експертизи* складається, якщо поставлені питання не належать до компетенції експерта або якщо надані йому матеріали недостатні для вирішення поставлених питань, а додаткові матеріали не були надані. У такому разі об'єкти, що були надані для дослідження, повертаються організації, яка призначила експертизу.

## **2.5. Оформлення ходу та результатів експертного дослідження висновком**

Структура і зміст висновку медіапсихологічної експертизи має три основні частини: вступну, дослідницьку та заключну.

У *вступній частині* висновку зазначаються його реквізити (найменування документа, дата і номер складання висновку, дата надходження та найменування документа про призначення експертизи (підстава для проведення експертизи); найменування організації та/або посада й прізвище особи, який (яка) призначив(-ла) експертизу (залучив(-ла) експерта); перелік об'єктів, що підлягають дослідженню, і додаткових матеріалів (у разі надходження); ім'я, прізвище, по батькові експерта, науковий ступінь і вчене звання, освіта, освітньо-кваліфікаційний рівень, експертна спеціальність, стаж експертної роботи.

Перелік питань, що надаються дослівно – у формулюванні документа про проведення експертизи, які поставлено на вирішення експерта (якщо питання сформульовано недостатньо ясно, але зміст завдання експертові зрозумілий, він може дати відповідні роз'яснення); якщо поставлено декілька питань, експерт має право згрупувати їх і викласти в послідовності, яка забезпечує найдоцільніший порядок дослідження; якщо питання, поставлені на вирішення експертизи, доцільно вирішувати в іншому порядку, ніж той, що визначений у документі про призначення експертизи, зазначається, у якому порядку вони вирішуватимуться. Посилання на рекомендовану науково-технічну та довідкову літературу здійснюється згідно з вимогами до оформлення літератури за міжнародним стилем APA.

*Структура дослідницької частини* висновку медіапсихологічної експертизи відповідає алгоритму дослідження, викладеному в Розділі 2 цього протоколу. У дослідницькій частині висновку експерт надає опис процесу дослідження та його результатів, а також обґрунтування висновків щодо поставлених питань. Дослідницька частина має містити: відомості про стан об'єктів дослідження, застосовані методи (методики) дослідження, умови їх застосування; цитати й посилання на конкретні проміжки часу медіапродукту, що був поданий на експертизу, для аргументації зроблених висновків; опис медіавпливів, які може здійснювати медіапродукт на глядацьку аудиторію; опис медіаризиків для психологічного благополуччя неповнолітніх дітей; експертну оцінку результатів дослідження та рекомендації експерта (за потреби).

Якщо в документі про призначення експертизи (залучення експерта) є питання, які не стосуються предмета експертизи або не належать до компетенції експерта, зазначають причини, через яких ці питання не можуть бути вирішені.

У *заклучній частині* викладаються висновки за результатами дослідження у вигляді відповідей на поставлені питання в послідовності, що була визначена

у вступній частині. На кожне з поставлених питань має бути надано відповідь по суті або зазначено причини, через які це неможливо зробити. Якщо заключний висновок не може бути сформульований у стислій формі, допускається посилання на результати досліджень, викладені в дослідницькій частині.

Формулювання висновків медіапсихологічної експертизи має бути зрозумілим, повним, конкретним, таким, щоб не допускає двозначних тлумачень. У разі неможливості надати відповідь зазначається причина.

## ВИСНОВКИ

У цьому протоколі вперше описано вітчизняну методику медіапсихологічного дослідження в контексті критеріїв заподіяння аудіовізуальною продукцією негативного впливу на психологічне благополуччя дітей. У ній визначено предмет, об'єкт, завдання медіапсихологічного дослідження, розроблено алгоритми та критерії оцінювання отриманих результатів.

Протокол медіапсихологічного дослідження дає змогу визначити, чи є в медіапродукті елементи, що можуть справити негативний вплив на психологічне благополуччя дитини (завдати йому шкоди), та описати можливі психологічні наслідки негативного медіавпливу для неповнолітньої дитини.

Протокол розроблено з огляду на нагальні проблеми розвитку освіти і науки відповідно до принципів психологічного дослідження та результатів сучасних досягнень психологічної науки, валідності дослідження та надійності застосованих методик, корисності результатів для дослідників і практичних працівників, повноти відображення результатів дослідження.

Застосування протоколу для проведення медіапсихологічної експертизи оптимізує та впорядковує діяльність експерта, що дає йому змогу виконувати експертне дослідження, дотримуючись принципів повноти та всебічності, а також чіткої послідовності дій.

Варто зазначити, що в основу Стандартного протоколу лягла практика проведення судово-психологічної експертизи (Український досвід), а саме “Методика психологічного дослідження у справах щодо заподіяння моральних страждань особі та відшкодування моральної шкоди” (Т. В. Савкіна, Т. М. Єгорова, О. О. Сліпець та ін.), розроблена 2017 року в Харківському науково-дослідному інституті судових експертиз ім. проф. М. С. Бокаріуса.

Хочемо подякувати також співробітникам лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України, зокрема молодшому науковому співробітнику лабораторії *Н. Л. Дятел* і лаборанту *П. С. Кабановій*, які брали участь в оформленні цього протоколу відповідно до визначених норм.



## Список використаних джерел

- Баришполец, О. Т. (2014). *Український словник медіакультури*. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології, Київ: Міленіум.
- Ежевская, Т. И. (2009). Психологическое воздействие информационной среды на современного человека. *Психопедагогика в правоохранительных органах*, 2(37), 38–41.
- Найдьонова, Л. А. (2013). Вікова періодизація медіаризиків: бачення батьками впливу телебачення на дитину. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 32 (35), 285–293. Взято з [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp\\_2013\\_32\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2013_32_29)
- Найдьонова, Л. А. (2014). *Кодування медіаризиків у національній системі захисту дитини від потенційно шкідливого телеконтенту: посібник для тренера*. Київ: Міленіум.
- Чаплінська, Ю. С. (2019). *Фільманаліз в роботі психолога*. Практичний посібник. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький: Імекс-ЛТД.
- Череповська, Н. І. (2016а). Медіапсихологічні ресурси соціально-психологічної реабілітації постраждалих від воєнних дій. *Четверта міжнародна науково-методична конференція «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи»*. Збірник статей. Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, с. 491–503. Взято з [http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnuk\\_konf\\_2016.pdf](http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnuk_konf_2016.pdf)
- Череповська, Н. І. (2016b). *Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді*. Навчально-методичний посібник. Київ.
- Череповська, Н. І., & Дідик, Н. Ф. (2019). *Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни*. Практичний посібник. Взято з <http://mediaosvita.org.ua/book/mediapsyologicchni-resursy-podolannya-travmy-vijny/>
- Christiansen, J. B. (1979). Television role models and adolescent occupational goals. *Human Communication Research*, 5, 335–337.
- King, M. M., & Multon, K. D. (1996). The effects of television role models on the career aspirations of African-American junior high school students. *Journal of Career Development*, 23, 111–125.
- Murray, S. (1999). Saving our so-called lives: Girl fandom, adolescent subjectivity, and My So-Called Life. In M. Kinder (Ed.), *Kids' media culture*. Durham, NC: Duke University Press, pp. 221–235.

## Додаткові матеріали для ознайомлення

Кримінальний процесуальний кодекс України: Закон України від 13.04.2012 № 4651-VI. Взято з <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4651-17> [дата звернення: 12.12.2021].

Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень (1998): наказ Міністерства юстиції України від 08.10.1998 № 53/5 (зі змінами та доповненнями). *Офіційний вісник України*, 46, 72.

Про затвердження Переліків рекомендованої науково-технічної та довідкової літератури, що використовується під час проведення судових експертиз (2010): наказ Міністерства юстиції України від 30.07.2010 № 1722/5. Взято з <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v1722323-1> [дата звернення: 12.12.2021].

Про затвердження Порядку ведення Реєстру методик проведення судових експертиз (2008): наказ Міністерства юстиції України від 2 жовтня 2008 р. № 1666/5. *Офіційний вісник України*, 77, ст. 2588.

Про судову експертизу: Закон України від 25 лютого 1994 р. № 4038-XII. Взято з <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4038-12> [дата звернення: 12.12.2021].

Цивільний процесуальний кодекс України: Закон України від 18.03.2004 № 1618-IV. Взято з <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1618-15> [дата звернення 12.12.2021].

Багмет, А. М., Гусев, А. Н., Енгальчев, В. Ф., Кравцова, Г. К., Седин, В. И., & Холопов, Е. Н. (2017). Методика выявления признаков достоверности/недостоверности информации, сообщаемой участниками уголовного судопроизводства (по видеозаписям следственных действий и оперативно-розыскных мероприятий): научно-практическое пособие. Москва: ФГБУ ГНЦ ФМБЦ им. А. И. Бурназяна ФМБА России, Академия СК России.

Чуманов, А. В., & Цветкова, А. Н. (2003). Применение психологических знаний по делам о моральном вреде. *Современное состояние и перспективы развития новых направлений судебных экспертиз в России и за рубежом*: Материалы международной научно-практической конференции. Калининград, с. 246–252.

Эрделевский, А. М. (2007). *Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики*. 3-е изд., испр. и доп. Москва: Волтерс Клувер.

## Методика оцінювання наявності/відсутності у медіаторі ознак, здатних негативно вплинути на дитину

**ІНСТРУКЦІЯ:** Перед вами набір запитань щодо кожного з критеріїв негативного впливу медіатору на неповнолітніх осіб. Аналізуючи медіапродукцію, необхідно спиратися на наведені в методиці питання для визначення наявності/відсутності у медіаторі ознак того чи іншого критерію негативного впливу на здоров'я та психологічне благополуччя дітей.

Методика містить такі блоки (критерії негативного впливу):

*Критерій “Насильство”*

*Критерій “Жахи”*

*Критерій “Еротика, секс”*

*Критерій “Наркотики, алкоголь, тютюн”*

*Критерій “Лайка”*

*Критерій “Дискримінація”*

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
<b>КРИТЕРІЙ “НАСИЛЬСТВО”</b>			
1.	<b>Чи містить медіапродукція сцени фізичного або психологічного насильства?</b>		
2.	<b>Чи займають сцени насильства більшість часу показу медіапродукції?</b> Для виявлення більшості часу використовується не фізичне вимірювання часу, а про це свідчить надмірна, нав'язлива представленість сцен насильства у змісті телепродукції		
3.	<b>Чи показано в медіапродукції наслідки насильства?</b> До наслідків насильства відносять страждання жертви, показ ран, ушкоджень, смерті.		
4.	<b>Чи насильство вчиняється неповнолітніми?</b> Під час екранної експозиції діти зазвичай ідентифікують себе з персонажами відповідної їм статі та віку, тому фізичне насильство над предметом ідентифікації може викликати у дітей відчуття особистого переживання такого насильства (прийоми парасоціальності).		
5.	<b>Чи насильство вчиняється над неповнолітніми?</b> Якщо чітка інформація про вік персонажів не надається, експерт орієнтується на зовнішній вигляд і поведінкові ознаки неповнолітності.		
6.	<b>Чи містяться в медіапродукції сцени жорстокої бійки?</b> До жорстокої бійки віднесено завдання ударів руками і ногами, боротьбу, душення, топлення тощо.		
7.	<b>Чи містяться в медіапродукції сцени фізичних тортур, умисного заподіяння болю і страждань жертві?</b>		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
8.	<b>Чи зображено в медіапродукції вбивство людей?</b>		
9.	<b>Чи є сцени використання зброї для вчинення насильства?</b> Враховується холодна, вогнепальна, важка військова техніка, зброя масового ураження.		
10.	<b>Чи має насильство масовий характер?</b> Показ великої кількості постраждалих або мертвих людей некрупним планом.		
11.	<b>Чи можливе повторення зображених насильницьких дій глядачем у реальному житті?</b> Чи можливе повне або часткове (тільки як спроба) повторення зображених насильницьких дій глядачем у реальному житті (наприклад, дитина не може полетіти з вікна, але може спробувати вистрибнути)? Чи може в дитини скластися враження, що повторення зображених насильницьких дій можливе глядачем у реальному житті?		
12.	<b>Чи зображення насильства посилює враження, що насильство викликає непідробний біль і страждання жертви внаслідок дій агресора?</b>		
13.	<b>Чи показано сцени насильства детально, великим планом, з вражаючими подробицями?</b>		
14.	<b>Чи посилюється ефект насильства картинками, музикою або спеціальними ефектами?</b>		
15.	<b>Чи показано в медіапродукції тілесні рани та ушкодження?</b> Наприклад, переламаний ніс або розбиті губи, синець під оком, тобто невелику рану з незначною кількістю крові.		
16.	<b>Чи зображено в медіапродукції серйозні тілесні рани та ушкодження?</b> До серйозних ран відносять таке: юшить кров, перерізане горло, відірвані кінцівки тощо.		
17.	<b>Чи вчиняють насильство позитивні герої проти негативних?</b> Як певний нормальний порядок речей, коли добро перемагає зло.		
18.	<b>Чи виправдовується вчинення насильства проти злочинців?</b> Наприклад, міліціонером, поліцейським тощо.		
19.	<b>Чи використовується фізичне насильство для демонстрації влади і приниження гідності іншої особи або осіб?</b>		
20.	<b>Чи показано насильство в гумористичному контексті?</b>		
21.	<b>Чи містить медіапродукція негайну критику або засудження вчинення насильства?</b>		
22.	<b>Чи показано в позитивному ключі злочини чи будь-які протизаконні дії, такі як шантаж, пограбування зі зломом, утримання силою або пригноблення?</b>		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
23.	<i>Чи показано в позитивному ключі антигромадські дії?</i>		
24.	<i>Чи містить медіапродукція сцени жорстокого поводження з тваринами, завдання їм страждань (побиття, вбивство)?</i>		
25.	<i>Чи засуджується негайно жорстоке поводження з тваринами?</i> Формування у дітей психологічної заборони на такі дії та усвідомлення обов’язкового покарання за них.		
26.	<i>Чи містить медіапродукція сцени жорстокого поводження з дітьми, завдання їм страждань (ляпаси, хапання за вухо, побиття)?</i>		
27.	<i>Чи показано сцени погроз, напруженого очікування насильства?</i>		
28.	<i>Чи засуджується негайно жорстоке поводження з дітьми?</i>		
29.	<i>Чи зображено в медіапродукції несвідоме спричинення насильницької смерті?</i>		
<b>КРИТЕРІЙ “ЖАХИ”</b>			
1.	<i>Чи вільна медіапродукція від будь-яких кадрів, що здатні викликати страх або огиду в глядача (зокрема в дитини)?</i>		
2.	<i>Чи використовуються спеціальні звукові та візуальні ефекти для підсилення страху?</i> Створюється зловісна, напружена атмосфера; страх підсилюють також темрява, шурхотіння, рипіння, шипіння, неочікувані різкі звуки, скрикування, гнітюча тиша.		
3.	<i>Чи інтенсивність впливу сцен жаху є дуже високою?</i> Глядачеві важко відсторонитися від зображуваних страшних подій, довгий час триває очікування чогось невідомого, страшного, що може статися.		
4.	<i>Чи сцени жаху мають позитивне завершення?</i> Головні герої рятуються, страшні обставини подолано.		
5.	<i>Чи містить медіатвір реалістично і детально зображені сцени катастроф, стихійного лиха, нещасних випадків?</i>		
6.	<i>Чи містить медіатвір натуралістичні зображення воєнних дій, тероризму?</i>		
7.	<i>Чи показано тварин, що мають загрозливий вигляд або демонструють агресивну поведінку, яка може завдати шкоди?</i> Приклади: леви, собаки, тигри, акули, ведмеді тощо		
8.	<i>Чи моторошні сцени відбуваються в реалістичних умовах?</i> У звичному життєвому середовищі, наприклад: у селі, місті, у школі, дома, у магазині тощо.		
9.	<i>Чи містяться сцени, в яких люди, людиноподібні істоти, або тварини явно або голосно переживають серйозні</i>		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
	<b>страждання, дуже потерпають?</b> Наприклад, тонуть, згоряють, розчавлені, кричать, стогнуть, плачуть.		
10.	<b>Чи міститься показ тяжкої хвороби, неминучості смерті або смерті від тяжкої хвороби?</b> Наприклад, від чуми, через використання біологічної зброї.		
11.	<b>Чи міститься показ того, як хтось зводить рахунки із життям, або показ процесу суїцидальної спроби?</b> Спроби самогубства, спосіб самогубства, здійснений суїцид.		
12.	<b>Чи містяться сцени отримання каліцтва, загибелі, страти?</b>		
13.	<b>Чи містяться сцени втрати близької людини, дитини?</b>		
14.	<b>Чи містить медіапродукція криваві сцени?</b> Криваві плями, бризки або струмені крові.		
15.	<b>Чи є кадри знівечених мертвих людських тіл?</b> Трупів, що розкладаються, скелетів; тіл, у яких видно внутрішні органи; обгорілих тіл без кінцівок, із наскрізними ранами; тіл, розбухлих через перебування у воді, тощо		
16.	<b>Чи є зображення дуже наляканих людей, які вочевидь перебувають у стані страху?</b> Ознаками є такі фізичні характеристики, як паніка, спітніння, тремтіння, шок, втрата мови, масова істерія, крик, плач.		
17.	<b>Чи надзвичайно налякані люди зрештою рятуються або чи можуть вони впоратися із ситуацією самотійно?</b>		
18.	<b>Чи загрозна ситуація для наляканих людей зберігається тривалий час?</b> Наприклад, до кінця фільму або протягом більшої частини часу		
19.	<b>Чи містить медіапродукція зображення фантастичних істот, що поводяться агресивно і здатні викликати страх або огиду в глядача?</b> Фантастичні істоти – нереальні персонажі, що мають незвичайний вигляд чи незвичайні властивості, наприклад, можуть літати, надзвичайно швидко переміщатися, змінювати форму тіла тощо.		
20.	<b>Чи містить продукція зображення людей, тварин або рослин, які перетворюються на страшних фантастичних істот?</b>		
21.	<b>Чи є жахливі сцени, спричинені надприродними силами, істотами, монстрами або схожими живими істотами (людьми або тваринами)?</b> Жахливі сцени – руйнування будівель, каліцтво та загибель людей і тварин, переживання травматичного досвіду.		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
<b>КРИТЕРІЙ “ЕРОТИКА, СЕКС (СТАТЕВІ АКТИ)”</b>			
1.	<p><b>Чи є медіапродукція вільною від елементів сексуального контексту та оголеної тілесності?</b>            Сексуальний контекст включає сцени зображення сексуальної поведінки і сексуальної мови.</p>		
2.	<p><b>Чи використовується сексуальна мова?</b>            Жести чи словесний опис, спрямований на сексуальне збудження і задоволення особи, опис сексуальних актів у минулому, теперішньому або майбутньому.</p>		
3.	<p><b>Чи використовується брутальна сексуальна мова?</b>            Містить лайку, образи, приниження, знуцання.</p>		
4.	<p><b>Чи зображується сексуальна поведінка неповнолітніх?</b>            Сексуальна поведінка – це дії, спрямовані на сексуальне збудження і задоволення.</p>		
5.	<p><b>Чи зображується сексуальна поведінка повнолітніх щодо неповнолітніх?</b></p>		
6.	<p><b>Чи містяться красномовні натяки на здійснення збоченого статевого акту або відповідна сексуальна мова?</b>            До збочених статевих актів відносять педофілію, зоофілію, некрофілію.</p>		
7.	<p><b>Чи містяться красномовні натяки на здійснення одностатевого акту?</b>            До красномовних натяків відносять поцілунки, обійми, притискання, еротичні торкання, прямі словесні пропозиції.</p>		
8.	<p><b>Чи є демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла?</b>            Зокрема дії осіб, не спрямовані на збудження й отримання сексуального задоволення. До інтимних частин тіла відносять геніталії, груди, сідниці.</p>		
9.	<p><b>Чи є демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла з метою приниження?</b>            Наприклад, примусове роздягання, висміювання.</p>		
10.	<p><b>Чи є демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла в гумористичному контексті?</b>            Наприклад, подув вітер і задрав спідницю, оголивши ноги.</p>		
11.	<p><b>Чи є демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла в контексті показу творів мистецтва?</b>            Картини, скульптури, предмети класичного й новітнього мистецтва.</p>		
12.	<p><b>Чи є демонстрація повністю оголеного тіла або інтимних частин тіла (великим планом) без сексуального контексту для спеціальних цілей?</b>            Навчання, медицина, окрім маскування під навчання чи медицину із сексуальними намірами (наприклад, коли</p>		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
	злочинці хочуть ввести в оману неповнолітніх).		
13.	<b>Чи є показ геніталій (статевих органів) у стані збудження?</b> До геніталій не відносять сідниці і жіночі груди.		
14.	<b>Чи є зображення статевих актів?</b> Статеві акти – дії, спрямовані на сексуальне збудження і задоволення особи, яка їх здійснює щодо іншої особи.		
15.	<b>Чи зображено статеві акти з позицій історичного документалізму для розкриття задуму авторів, посилення його значення?</b>		
16.	<b>Чи загальна кількість статевих актів займає більшу частину часу?</b> Або відносно тривалі сцени сексуальних актів.		
17.	<b>Чи є детальний показ повністю оголених тіл у сценах статевих актів або зображення великим планом інтимних частин людського тіла?</b>		
18.	<b>Чи є показ сексуальних актів між чоловіком і жінкою, що здійснюються за обопільною згодою?</b>		
19.	<b>Чи підкреслюють звук, спеціальні ефекти показ деталей сексуальних сцен для збільшення збуджувального впливу?</b>		
20.	<b>Чи показ елементів статевих актів супроводжує стосунки партнерів (ніжність, кохання)?</b>		
21.	<b>Чи показ елементів статевих актів демонструє безпечний секс (використання презервативів)?</b>		
22.	<b>Чи показ елементів статевих актів супроводжує шлюбний статус партнерів?</b>		
23.	<b>Чи є показ сексу без згоди, насильницького сексу?</b> Згвалтування, продовження домагань після відмови вступати в сексуальні стосунки, залякування, небажані поцілунки і дотики.		
24.	<b>Чи є показ сексуальних актів з людиною, яка перебуває під дією наркотиків, значного алкогольного сп'яніння?</b> Значне алкогольне або наркотичне сп'яніння визначає ступінь втрати контролю за власними діями.		
25.	<b>Чи є показ сексуальних актів, які супроводжуються фізичним насильством або загрозою фізичного насильства?</b> Побиття, навмисне завдання болю, приставляння ножа до горла жертви.		
26.	<b>Чи є показ сексуальних актів, які супроводжуються приниженням?</b> Зневага до партнера, знуцання, брутальність, презирство.		
27.	<b>Чи є сцени збоченого статевого акту (педофілія, зоофілія, некрофілія)?</b>		
28.	<b>Чи є сцени одностатевого акту (гомосексуалізм,</b>		



№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
	<i>лесбійство)?</i>		
29.	<i>Чи є сцени статевого акту з більшою кількістю партнерів, ніж двоє?</i>		
<b>КРИТЕРІЙ “НАРКОТИКИ, АЛКОГОЛЬ, ТЮТЮН”</b>			
1.	<i>Чи демонструється або чи згадується в медіапродукті споживання, виготовлення чи розповсюдження наркотиків, вживання алкоголю чи куріння?</i>		
2.	<i>Чи тема наркотиків/алкоголю тільки згадується, демонструється лише поодинокі, короткочасні, недетальні сцени споживання наркотиків, вживання алкоголем/тютюном, виправдана сюжетом як характеристика негативного персонажа?</i>		
3.	<i>Чи міститься в медіапродукті засудження щодо використання наркотиків і надмірного вживання алкоголю, тобто чи він спеціально спрямований на протистояння наркоманії та алкоголізму (наприклад, спеціально адресовані підліткам освітні профілактичні передачі тощо)?</i>		
4.	<i>Чи вживання наркотиків/алкоголю/тютюну зображується в гумористичному контексті (висміюються комічні антигерої, зображуються гротескні, нереалістичні персонажі)?</i>		
5.	<i>Чи демонструється або чи згадується споживання або виготовлення і розповсюдження наркотиків, вживання алкоголю неповнолітніми?</i>		
6.	<i>Чи демонструється споживання або виготовлення важких ін’єкційних наркотиків?</i>		
7.	<i>Чи мають деталі споживання або виготовлення важких ін’єкційних наркотиків інструктивний характер (глядач може повторити ці дії)?</i>		
8.	<i>Чи показано сцени споживання або виготовлення важких ін’єкційних наркотиків в позитивному контексті?</i> Про позитивний контекст ідеться тоді, коли дії здійснює позитивний герой, або має місце заохочення до таких дій, або у показі немає їх явного осуду.		
9.	<i>Чи міститься в медіапродукті явний осуд споживання або виготовлення наркотиків у тих же сценах або в безпосередній близькості до них за часом?</i>		
10.	<i>Чи демонструються негативні наслідки споживання або виготовлення наркотиків?</i>		
11.	<i>Чи демонструються негативні наслідки споживання або виготовлення наркотиків детально, з відвертими, шокуючими подробицями?</i>		
12.	<i>Чи демонструється споживання або виготовлення наркотичних речовин, спрямованих на зміну психоемоційного стану людини не з лікувальною метою</i>		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
	<i>(наприклад, таблетки на вечіріці, кальян тощо)?</i>		
13.	<b>Чи детально демонструється споживання або виготовлення легких наркотиків/куріння (глядачі можуть повторити такі дії в реальному житті)?</b>		
14.	<b>Чи зображується у «вигідному світлі» надмірне вживання легких наркотиків/куріння?</b> Наприклад, вживання задля зняття стресу, розваги, вирішення проблем, налагодження контакту з іншими/однолітками тощо.		
15.	<b>Чи демонструється вживання алкоголю (міцних напоїв, а також пива, слабоалкогольних напоїв тощо) нав'язливо (неодноразово)?</b>		
16.	<b>Чи явно засуджується надмірне вживання алкоголю?</b> Наводяться чіткі, конкретні судження про небезпечність такої поведінки.		
17.	<b>Чи представлено надмірне вживання алкоголю в позитивному світлі?</b> Ідеться про ситуації, які однозначно підтримують думку, що вживання алкоголю – це добре і має лише позитивний вплив.		
18.	<b>Чи пов'язується надмірне вживання алкоголю зі складними життєвими обставинами?</b> Показ такої пов'язаності призводить до формування у неповнолітніх глядачів моделі поведінки, у якій: 1) складні життєві обставини виправдовують споживання алкоголю; 2) створюється ілюзія, що надмірне вживання алкоголю допомагає долати життєві проблеми.		
19.	<b>Чи герої, які споживають алкоголь, зображені в позитивному світлі (як позитивні образи)?</b> Наприклад, красиві, стильні, умілі, успішні, забезпечені, на «крутих» машинах молоді люди, розважаючись, безкарно і без будь-яких наслідків споживають алкогольні напої.		
<b>КРИТЕРІЙ “ЛАЙКА”</b>			
1.	<b>Чи мову цього медіапродукту можна вважати звичайною ввічливою розмовою?</b>		
2.	<b>Чи містить медіапродукт грубі, непристойні вислови?</b>		
3.	<b>Чи є образливі вислови, що принижують гідність інших?</b>		
4.	<b>Чи використовується низькокультурна кримінальна, сленгова мова?</b>		
5.	<b>Чи демонструється нав'язливе використання брутальної мови (протягом усього часу показу медіапродукції)?</b>		
6.	<b>Чи брутальну мову використовує тільки негативний персонаж?</b>		
7.	<b>Чи засуджується використання брутальної мови?</b>		
8.	<b>Чи є в медіапродукті нецензурна лайка, лихослів'я?</b>		

№ пор.	Питання	“Так”, є ознаки	“Ні”, таких ознак немає
9.	<i>Чи демонструється використання нецензурних висловів неповнолітніми?</i>		
<b>КРИТЕРІЙ “ДИСКРИМІНАЦІЯ”</b>			
1.	<i>Чи містить медіапродукт окремі сцени психологічного насильства, знущання, приниження іншого?</i> До психологічного насильства відносять жорстоке поводження з людьми, дітьми, тваринами, знущання з них, що завдає їм страждань і приниження.		
2.	<i>Чи є сцени приниження іншого через його несхожість із більшістю?</i>		
3.	<i>Чи є сцени дискримінації за ознакою фізичних вад чи особливостей?</i> Вади зору, слуху, зайва вага тощо.		
4.	<i>Чи є сцени дискримінації за статевою ознакою?</i>		
5.	<i>Чи є сцени дискримінації за віковою ознакою?</i>		
6.	<i>Чи є сцени дискримінації психічно хворих людей?</i>		
7.	<i>Чи є використання дискримінаційної мови за расовою, національною, територіальною (село, місто) та іншими ознаками?</i>		
8.	<i>Чи є сцени знущань над дитиною?</i>		
9.	<i>Чи містить медіапродукт сцени, пов’язані із психологічним насильством в інтернеті: кібербулінгом, шорттролінгом, сталкінгом, кетфіцингом, слемінгом, кібербойкором, секстингом, кібергрумінгом тощо?</i> Безконтрольність розповсюдження особистої інформації в мережі Інтернет, складність встановлення/ідентифікації злочинця, негативні реакції з боку суспільства (хейтинг), складність притягнення до відповідальності людей за відверто негативні та принизливі для гідності іншої людини коментарі в Інтернеті.		

Важливо зазначити, що ця методика адресована фахівцям, які мають сформоване професійне мислення, досвід психологічної діагностики, зокрема з урахуванням вікових особливостей обстежуваних, оскільки застосування критеріїв у кожному окремому випадку вимагає від експерта прийняття непростого рішення. Зрозуміло, що проведення експертизи фахівцем потребує спеціалізованого навчання та супервізій, через що ми не наводимо тут, у відкритому доступі, відповідні шкали (бали) та формули для оцінювання медіапродукції, а лише зазначаємо загальні критерії.

Виробничо-практичне видання

**Стандартний протокол  
проведення медіапсихологічної експертизи  
аудіовізуальної продукції**

**Чаплінська Юлія Сергіївна** – кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України;

**Найдьонова Любов Антонівна** – доктор психологічних наук, заступник директора з наукової роботи ІСПП НАПН України, провідний науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України;

**Тамакова Тетяна Анатоліївна** – старший судовий експерт відділу психологічних досліджень КНДІСЕ Міністерства юстиції України

Літературне редагування *Т. А. Кузьменко*

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15

E-mail: [info@ispp.org.ua](mailto:info@ispp.org.ua)

Сайт: <https://ispp.org.ua>

Підписано до друку 21.07.2022 р. Гарнітура Times New Roman. Авт. арк. 2,4