

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv.
Series "Psychology". № 1(15), pp. 65-72 (2022)
УДК 316.614:343.148
DOI: [https://doi.org/10.17721/BSP.2022.1\(15\).11](https://doi.org/10.17721/BSP.2022.1(15).11)

ISSN 1728-3817
© Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Publishing and Polygraphic Center "Kyiv University", 2022

Юлія Чаплінська, канд. психол. наук, старш. наук. співроб.
ORCID: 0000-0002-8105-8954
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ, Україна

МЕДІАПСИХОЛОГІЧНА ЕКСПЕРТИЗА АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розкрито зміст наукового конструкту медіапсихологічної експертизи. На основі загальнонаукових методів обґрунтовано теоретичні та методологічні основи поняття, подано визначення, окреслено об'єкт і предмет дослідження, наведено перелік основних завдань і методів, описано процес проведення та написання експертного висновку, обґрунтовано вимоги до компетентності експерта.

Ключові слова: медіапсихологія, медіаризики, діти, безпека, аудіовізуальна продукція, психологічна шкода, психологічне благополуччя, медіапсихологічна експертиза.

Вступ. Медіа стали невід'ємною частиною життя дітей XXI ст. Цифрові медіа інтегровані в повсякденне життя як медіаняні, що притягують до себе увагу дітей, навчають їх основним правилам буття, як соціалізаційний фактор, що забезпечує моделями поведінки в соціумі – що є успішністю, а що – ні. Медіа поступають постійним тлом протягом усього періоду дорослішання та впливають на формування думок, цінностей і стереотипів. Проте далеко не вся інформація, яку демонструють засоби масової інформації (ЗМІ), є корисною або хоча б нейтральною для неповнолітніх дітей, у яких ще не сформоване критичне мислення. Наприклад, діти часто надають перевагу перегляду телевізійних програм, що демонструють незвичні ситуації та стимулюють їхні почуття – насильством, переконами, сценами жахів тощо [30]. Однак водночас діти не усвідомлюють наслідки таких переглядів і потенційних змін у своїй поведінці (формування толерантного ставлення до насильства, формування фобій або страждання від нічних кошмарів). Саме тому необхідно ретельно слідкувати за змістом програм, що переглядають діти. І не тільки їхнім батькам, але й формувати регулятори щодо медіа-контенту у прайм-тайм на державному рівні.

В українському суспільстві робота над створенням механізмів-регуляторів діяльності ЗМІ, які висвітлюють чутливі теми, що можуть негативно впливати на психологічний і моральний розвиток дітей, розпочалася ще 2016 р. Головною рушійною силою цього процесу стала Національна рада з питань телебачення та радіомовлення. Оскільки на той момент в Україні не було прописаних нормативних документів і законних регуляторів, як у більшості європейських країн і медіа спільнота не мала обмежень, викристалізувалась актуальна потреба у їхньому напрацюванні. Саме так в Україні з'явилися п'ять саморегуляційних актів:

- Спільний акт узгодження № 1. Захист дитини, яка зазнала сексуального насильства, за залучення до медіа-виробництва [10].

- Спільний акт узгодження № 2. Висвітлення засобами масової інформації теми суїциду [11].

- Спільний акт узгодження № 3. Висвітлення засобами масової інформації теми участі дітей у збройних конфліктах [12].

- Спільний акт узгодження № 4. Висвітлення засобами масової інформації випадків насильства і жорстокості [13].

- Спільний акт узгодження № 5. Висвітлення засобами масової інформації випадків булінгу/цькування [14].

Національна рада закликала всіх мовників долучитися до процесу не тільки вироблення правил висвітлення ЗМІ особливо важливих тем, але й їхнього провадження в редакційні політики і керуватися ними в роботі ЗМІ. Оскільки їх дотримання могло б допомогти зробити український ефір безпечнішим для дітей. Однак варто зауважити, що ці правила не є обов'язковими до впровадження, а лише рекомендованими, у зв'язку з чим, на нашу думку, існує необхідність у розробленні додаткових механізмів – регуляторів діяльності ЗМІ.

Дослідження лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України свідчать про те, що більшість українських батьків не вважають безпечним для своїх неповнолітніх дітей перегляд телеконтенту, створеного українськими мовниками через наявність у ньому сцен насильства, поєднаних з еротичними епізодами, демонстрацією жахів, смерті, уживання наркотиків й інших небажаних для наслідування форм поведінки [6]. Оскільки немає чітко прописаних на державному рівні регуляторів, то кількість контенту, що може завдати психологічної шкоди неповнолітнім дітям, з кожним роком зростає, що може завдати негативного впливу психологічному благополуччю дітей різного віку. 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 відстояти права їхніх дітей, оскільки досі немає методів доведення факту завдання шкоди суспільній верстві (неповнолітнім дітям) медіапродукцією. Українські інститути судово-медичних експертиз потребують науково-обґрунтованих методик, що матимуть чітко прописані критерії завдання психологічної шкоди аудіовізуальною продукцією дітям різного віку для захисту їхніх прав на безпеку в судовому порядку.

У зв'язку із цим актуальною стала потреба у формуванні такого напрямку в судовій експертизі як медіапсихологічна експертиза аудіовізуальної продукції. Захист дитини в інформаційному просторі потребує для своєї повної реалізації розроблення науково обґрунтованого конструкту із чітким визначенням методологічних основ зазначеного виду експертизи.

Метою статті є методологічне обґрунтування наукового конструкту медіапсихологічної експертизи аудіовізуальної продукції.

Огляд літератури. У світі накопичено суттєвий досвід досліджень впливу на психічне здоров'я і розвиток дитини як традиційних медіа [23, 24, 25], так і новітніх

© Чаплінська Юлія, 2022

інтернет-технологій [28, 29]. У роботах українських учених порушено питання проблем деструктивного впливу засобів масової інформації, насамперед телебачення, на розвиток особистості [8, 1, 19, 7 та ін.].

Імовірна психологічна шкода від негативного впливу медіа на дитину непокоїла батьків і педагогів ще з часів появи перших телевізорів. Західні вчені досить часто у своїх роботах порушували це питання. Експеримент, що проводила група американських учених на чолі з професором Дж. Джонсоном у 1975–2000 рр. виявила чіткий взаємозв'язок між агресивністю і телебаченням у молоді. Дослідники спостерігали за 700 нью-йоркськими сім'ями й констатували, що під час ефірного часу у прайм-тайм на екрані відбувається від 3 до 5 актів насильства, а під час демонстрації дитячих програм, зокрема й мультфільмів, ця цифра збільшується до 20–25. У кожній сім'ї, за якою спостерігали під час експерименту, на початковій його стадії була дитина віком від 1 року до 10 років, а на завершальній стадії дослідження 2000 р. учасники вже були повнолітніми молодими людьми (у середньому 30-річними). Учасників просили заповнити анкету, за даними якої намагалися виявити схильність опитуваних до агресії. Учені зробили такі висновки: 43 % тих, хто у віці 8–12 років дивився телевізор понад три години на добу, виявили схильність до насильства, а 20 % учасників експерименту становили загрозу для суспільства, тобто були готові коїти злочини. З тих, хто сидів перед телеекраном менше години на день, агресивність була виявлена всього у 9 %. За результатами експерименту вчені закликали батьків не дозволяти їхнім дітям дивитися телевізор більше 1 год на добу [26].

2001 р. група вчених на чолі з Д. Андерсоном проводили дослідження 570 підлітків. Основною метою дослідження було визначення довготривалих зв'язків між переглядом телевізійних програм у дошкільному віці та досягненнями, поведінкою і настановами в підлітковому. Використовуючи телефонне інтерв'ю та стенограми, вони оцінили рівень взаємодії зі ЗМІ, успішність у школі (оцінки з англійської мови, природознавства та математики), читання художньої літератури, творчість, агресія, уживанням алкоголю тощо. У кожній із зазначених сфер оцінювання вчені перевіряли вплив ролі телевізійного контенту (наприклад, соціальне навчання, обробка інформації). За результатами було виявлено, що перегляд освітніх програм у дошкільному віці корелювався з вищими оцінками, читанням більшої кількості книг, підвищенням цінності досягнень, більшою креативністю та меншою агресією серед опитаних. Зазначені кореляції були більш постійними для хлопчиків, ніж для дівчат. Натомість опитані, які частіше у дошкільному віці переглядали програми про насильство, мали набагато нижчі оцінки ніж ті, які такі програми не дивився взагалі [22].

Учені новозеландського Університету Отаго на чолі з К. Лендх'юсом спостерігали за понад 1000 дітей віком від 5 до 15 років і з'ясували, що у досліджуваних, які проводили понад 2 год на добу перед телевізором, розвивалося порушення уваги у 40 % випадків. Ба більше, ризик виникнення проблем із концентрацією уваги не зменшувався навіть тоді, коли вже у дорослому віці досліджувані взагалі припиняли користуватися телевізором. Це є свідченням того, що шкідливий ефект від перегляду телевізійних програм може зберігатися тривалий час. Дослідники пов'язують проблеми, що виникають з концентрацією, із частотою зміни сюжетів, що є типовим для більшості телевізійних програм. Зазначений аспект телебачення є серйозним подражником для мозку дитини, що перебуває у фазі інтенсивно розвит-

ку, а також зменшенням часу на інші дозвілєві практики, що поліпшують концентрацію уваги (читання, ігри, заняття спортом) у житті дитини [27].

Для створення загальної картини впливу медіапродукції на дітей різного віку в Україні, вважаємо за необхідне спиратися на актуальні статистичні дані всеукраїнських масових досліджень, які проводилися лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України з 2007 по 2021 рр. у всіх регіонах України.

2007 р. медіакультура особистості характеризується частотою і тривалістю контактів з медіа. Щодня дивилися телепередачі 66,5% дорослого населення, учнів – 61,6 студентів – 40,9 %. Чоловіки дивилися телепередачі дещо менше (65,3 %), ніж жінки (68,1 %). Зовсім не дивляться телевізор 8,4 % опитаних студентів – це вдвічі більше, ніж серед дорослих (3,7) і старшокласників (3,5 %). Щобудня витрачали на перегляд телепередач зазвичай від години до двох: дорослі – 42,2 %, студенти – 42,4, учні – 41,7 %. У вихідні, природно, зростали витрати часу на "сидіння біля ящика" серед усіх категорій опитаних – зазвичай від двох до трьох годин: дорослі – 43,5 %, студенти – 32,3, учні – 39,9 %. Менше за інших витрачають часу на перегляд телепередач студенти (щодня дивляться телевізор 40,9 % опитаних, тоді як дорослих – 66,5 й учнів 61,6 %) [2].

У попередньому масовому опитуванні респонденти щобудня витрачали на перегляд телепередач від години до двох, 2010 р. така тривалість перегляду стала властивою для 36,9 % дорослих, 37,8 студентів та 39,9 % учнів. У вихідні також зростали витрати часу на "сидіння біля ящика" серед усіх категорій опитаних зазвичай від двох до трьох годин: дорослі – 38,5 %, це на 5 % менше, ніж два роки тому, студенти – 35,4 %, на 3 % більше, учнів було 39,9 %, стало менше на 0,3 %. Менше за інших витрачали часу на перегляд телепередач студенти (щодня дивляться телевізор 30,7 % опитаних або на десять відсотків менше проти 2007 р., тоді як дорослих – 67,3 %, показник зріс на 1 %. У попередньому дослідженні щодня дивилися телевізор 61,6 % учнів, тепер – 46,1 % [4].

Перегляд телевізійних програм у 2012 р. вважали нормальною дитячою практикою. Діти, які не мали практики щоденного перегляду телебачення, перебували в меншості: тільки кожний шостий із дітей, на думку батьків, дивиться телевізор 1–2 рази на тиждень. Лише 4,2 % дітей контактують з телепростором щомісяця і рідше, 2,5 % батьків важко відповісти на запитання. Середня тривалість контакту дитини із телепростором, на думку батьків, становить 2 год 14 хв у будні і 3 год 2 хв у вихідні дні. Більшість дітей протягом 2–3 год щоденно перебували під впливом телебачення, який батьки не вважали безпечним для них. У зону особливого ризику завдання шкоди здоров'ю і розвитку потрапляли 11 % дітей, які, за оцінками батьків, дивилися телевізор понад 4 год на добу. Щоденно витрачають на перегляд телепередач:

- діти дошкільного віку (3–5 років) – 1 год 46 хв;
- школярі молодших класів (6–9 років) – 2 год 33 хв;
- підлітки (10–15 років) – 2 год 44 хв;
- старшокласники (16–18 років) – 2 год 35 хв.

Серед усіх сімей лише 11 % мали правила, що поширюються на всіх членів родини; у 34 % сімей правила діяли тільки для дітей. Майже половина (46 %) опитаних батьків повідомили, що в родині немає правил перегляду телепрограм. Важко відповісти на це запитання 5 % батьків [6].

2018 р. щодня дивилися телевизор менше третини старшокласників. Кожна четверта дівчинка і кожен третій хлопчик не дивилися зовсім, або менше, ніж один раз на тиждень. За останні десять років кількість телеглядачів серед старшокласників невпинно зменшується: щоденні телевізійні практики зменшилися у два рази, а кількість тих, хто не дивиться зовсім, зросла впонад чотири рази. 2018 р. кіберпрактики молоді поступово почали витіснити телепрактики. Кіберпрактики старшокласників, наприклад, на їхню думку, розпочиналися в дошкільному дитинстві (зважаючи на те, що ранні дитячі спогади можуть бути достатньо викривленими і не чіткими). До 6 років лише близько 10 % нинішніх старшокласників були користувачами інтернету, до 9 років майже половина (47 %) користувалася інтернетом, а до 12 років – переважна більшість (92 %). Порівняння початку кіберпрактик учнів 10 і 8 класів демонструє змододшання користувачів інтернету: серед десятикласників у 9-річному віці користувачами були 32 %, а серед 8-класників вже майже в два рази більша кількість (60 %). Десятикласники 2018 р. перевищили 60-відсотковий поріг обсягу користувачів між 10 і 11 роками. Умовно кажучи, кожна наступна вікова когорта старшокласників демонструє змододшання кіберпрактик на 1 рік [3].

Спираючись на результати попередніх досліджень, які свідчать, що діти менше часу проводять перед телевизором, а більше використовують гаджетів для перегляду медіаконтенту, ми вирішили дізнатися думку батьків із приводу цього питання 2021 р. Дослідження переважно мало пошуковий характер для визначення загальних тенденцій. Опитування проводили за принципом "снігової кулі" (*snow-ball*). Вибірка складалася зі 106 респондентів (102 – жінки і 4 – чоловіки), віком від 24 до 54 років, із різних макрорегіонів України (Центр – 60,5 %, Захід – 11,8, Схід – 7,8, Південь – 9,2 %). Як показали результати дослідження, на думку батьків, 35,8 % дітей дивляться телевизор щодня, 19,8 – кілька разів на тиждень, 7,5 – менше кількох разів на тиждень, 5,7 – не більше одного разу на тиждень, 26,4 % уже не дивляться телевизор зовсім. Що в принципі підтвердило загальну тенденцію, але важливо зауважити, що діти переглядають медіаконтент не тільки за допомогою телевизора, але й через персональні гаджети. І за даними цього ж дослідження, на думку батьків 19,8 % їхні діти переглядають медіаконтент у гаджетах кілька разів на годину, а 51,9 % кілька разів на день.

Цікавим фактом є те, що останнім часом у зв'язку зі збільшенням активності молоді в інтернет-просторі у світі актуалізувалася потреба у криміналістичній експертизі, пов'язаній із соціальними медіа. Самір Аль-Хатіб та Нітін Агарвал, наприклад, аналізували поведінку дев'янтних груп у соціальних мережах, охоплюючи кіберкампанії "Новоросії" та ІДІЛ, й описали перелік інструментів і методологій для проведення аналізу соціальних мереж та соціальної кіберкриміналістики [21].

Проте, незважаючи на ці наукові досягнення, ми не можемо стверджувати, що переорієнтація дітей із переглядів аудіовізуального по телевизору на взаємодію з медіаконтентом у гаджетах якимось змінює зазначену нами на початку статті проблему. Вона залишається такою ж актуальною і залежить не від пристрою перегляду (телеекран чи Youtube-канал), а від медіавиробників контенту й державного регулювання безпеки дитини в інформаційному просторі.

Методологія. Одним з основних методологічних стовпів медіапсихологічної експертизи ми вважаємо дослідження Л. Найдьонової, а саме: *розроблена нею*

вікова періодизація медіаризиків та сформовані командою фахівців на чолі з ученою критерії заподіяння медіапродукцією негативного впливу на психологічне благополуччя дітей.

Поняття *медіаризиків* Л. Найдьонова розглядала як певний конструкт, що поєднує уявлення про специфіку небажаного медіаконтенту і можливі негативні наслідки його впливу на дитину. Іншими словами, для того, щоб "сконструювати" медіаризик, потрібно виявити зв'язок між характеристикою того, що подивилася дитина, і тією шкодою, яку спричинив цей перегляд [5]. У своєму дослідженні 2013 р. вона ставила за мету дізнатися ставлення українських батьків до регулювання споживання телепродукції їхніми дітьми різного віку з метою захисту від потенційно негативних впливів телебачення на здоров'я і розвиток дитини. Ученою було проведено понад 15 фокус-груп (за участі понад 140 осіб). Узагальнюючи результати дослідження, Л. Найдьонова описала специфічні ризики для різних вікових категорій дітей: до 4 років, від 4 до 7 років, від 7 до 9 років, від 9 до 12 років, від 12 до 16 років. Більшість ризиків для неповнолітніх дітей пов'язані із: некритичністю сприймання телевізійної реальності; надмірною візуальною вразливістю, невідповідним сприйманню певної продукції рівнем морального розвитку; викривленням етичних норм і правил, страхом, що показані телевізійні сюжети можуть статися із самою дитиною; експлуатацією поточкових і сугестивних станів, які сприймаються споживачами-батьками як отупіння; інтелектуальна деградація, через нав'язування медіа спростованого, примітивного розуміння подій, що демонструються); технологічним підсиленням парасоціальних взаємин із медіаперсонажами та знаменитостями через копіювання висловів, моделей поведінки, моделей стосунків із перекрученими людськими цінностями (на кшталт кідалтизму, гламуризації, споживацтва тощо) [5].

2014 р., працюючи над темою забезпечення дружності телепростору для дітей, командою фахівців на чолі з Л. Найдьоновою було розроблено національну систему попереджувальних знаків "розумні телепозначки". У її межах були описані групи шкідливого контенту: секс, насильство (зокрема й кримінал), жахи (серед яких страждання від природних катаклізмів), наркотики, брутальна мова, дискримінація [6]. Зазначені напрацювання лягли в основу критеріїв заподіяння медіапродукцією негативного впливу психологічному благополуччю дітей, що були розроблені командою інших дослідників за керівництва Л. Найдьонової 2021 р.:

Критерій "насильство" відповідає контенту, що створений і поширений засобами масової інформації, та містить сцени насильства й жорстокості як фізичного, так і психологічного характеру.

Критерій "жахи" відповідає контенту, що створений і поширений засобами масової інформації та містить будь-які сцени (кадри), здатні викликати страх або огиду у глядача (зокрема й неповнолітніх осіб).

Критерій "еротика, секс" відповідає контенту, що створений і поширений засобами масової інформації та містить сцени з елементами сексуального контексту й оголеної тілесності.

Критерій "психотропні речовини" (наркотики, алкоголь, тютюн) відповідає контенту, що створений і поширений засобами масової інформації та містить сцени, де демонструють або згадують споживання, виготовлення чи розповсюдження наркотиків, уживання алкоголю чи тютюнокуріння.

Критерій "лайка" відповідає контенту, що створений і поширений засобами масової інформації та містить сцени з нецензурною лексикою на адресу іншої особи.

Критерій "дискримінація" відповідає контенту, що створений і поширений засобами масової інформації та містить сцени психологічного насильства для демонстрації влади і приниження гідності іншої особи.

Іншим аналітичним стовпом можна назвати виділені Ю. Чаплінською п'ять площини фільманалізу, на яких можна здійснювати глибокий і всебічний аналіз певного медіапродукту задля розуміння його впливу на споживача. А саме:

- *Символіко-міфологічна площина* – охоплює міфи, легенди, казки, символи або архетипи, що лежать в основі медіапродукту, який підлягає фільманалізу. Образи, які закладають у символіко-міфологічній площині, зазвичай мають вплив на споживачську аудиторію на рівні колективного несвідомого (тобто в більшості випадків не усвідомлюються глядачами).

- *Особистісна площина* – 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 якості персонажів, але й можливі психологічні та поведінкові трансформації глядача під впливом медіагероя (наскільки герої прості та зрозумілі глядачу, наскільки він приймає їх або ні, прагне бути схожим на них, інтеріоризує їхні слова, цінності та настанови у свій внутрішній світ).

- *Соціальна площина або площина стосунків*, що відображає психологічні закономірності побудови соціального життя, взаємин між людьми, загальних правил і моделей поведінки, що формують когнітивну карту світу того медіапродукту, що підлягає фільманалізу. Аналіз соціальної площини зазвичай утворює певну дієву складову, тобто аналізує, на які вчинки героїв медіапродукту глядач реагує позитивно, а на які негативно, що задає ціннісно-дієвий рівень.

- *Контекстуальна площина* охоплює комплекс історичних або культурних аспектів, у яких відбуваються події фільму. В аналіз також залучено музичний супровід картини і паралелі із творами художнього мистецтва.

- *Творча площина*, наповненням якої є комплекс супутніх медіапродукту товарів: саундтреків, комп'ютерних та відеоігор, побутових товарів (одягу, подшук, рушників, наклеюк, брелків з відповідною до медіапродукту тематикою), фанатські комікси, твори фанарту чи фанфікшену, фестивалів чи рольових ігор за мотивами медіапродукту тощо. Аналіз цієї площини дає можливість визначити рівень популярності медіапродукту, попиту його супутніх товарів в аудиторії, елементи які "заходять" фанатам найкраще і бажані варіанти розвитку подій "після", тобто прогнози альтернативних кінцівок, а також визначити економічну доцільність виходу продовження або сиквелу пропонованого конкретного медіапродукту [17].

Третім методологічним стовпом є праці Н. Череповської з її концептом візуальної медіакультури через призму розвитку критичного мислення і творчого сприймання. Учена розглядала типологію провідних видів візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації й алгоритми дослідження візуальних медіатекстів [19]. Також важливими напрацюваннями, на які спирається медіапсихологічна експертиза, є розроблена Н. Череповською класифікація інформаційних деструктивних впливів медіа, які є потенційними

психологічними ризиками. Деструктивні інформаційні впливи авторка умовно розподіляє на:

- об'єктивно небезпечні впливи медіа;
- суб'єктивно значущі впливи медіа;
- впливи медіа, організовані або створені за допомогою спеціальних інформаційних технологій [20].

Четвертим методологічним стовпом можна вважати праці представників російської медіапсихологічної школи А. Федоров та Н. Хілько. А. Федоров надавав детальний опис різних типів аналізу медіатекстів: структурний і сюжетний, аналіз культурної міфології, герменевтичний, аналіз медійних стереотипів, ідеологічний, аналіз елітарних медіатекстів, аналіз медіатексту, що містить сцени насильства [15]. Н. Хілько презентував розгорнуту типологію аудіовізуального медіасприйняття, виокремлюючи такі його рівні:

- рекреативно-гедоністичний (обмежений розважально-рекреативною мотивацією);
- побутовий (побутова, утилітарна мотивація);
- естетичний (особистісна мотивація, естетичне розуміння образу);
- інтерпретаційний (виявлення особистісного сенсу та духовного змісту твору);
- мікросоціальний (зв'язок із мікросередовищем, розуміння психологічних мотивів персонажів);
- макросоціальний, проблемний (передбачає критичний аналіз проблеми та її розгортання у часовому просторі, спрямованість на соціум);
- рівень усвідомлення художнього образу (докладна характеристика екранного образу, його складових, виділення смислових одиниць оповіді);
- рівень розуміння авторської концепції (уміння робити висновки в тому, яку ідею хотів висловити автор, з системи художньої образності твору);
- рівень виникнення власної концепції (автономний) і формування свого бачення: власні висновки з приводу проблеми, що торкається автором, та полемічного діалогу з авторською концепцією екранного твору [16, с. 196].

На наш погляд, зазначені рівні аудіовізуального сприйняття є важливим елементом під час аналізу медіапродуктів.

Ще одним стовпом треба назвати широку практику проведення судово-психологічної експертизи, саме український досвід і конкретно наукові напрацювання українських експертів "Методика психологічного дослідження у справах щодо заподіяння моральних страждань особі та відшкодування моральної шкоди" (Т. Савкіна, Т. Єгорова, О. Сліпець та ін.), розроблену у Харківському науководослідному інституті судових експертиз імені заслуженого професора М. С. Бокаріуса 2017 р. [9].

Результати дослідження. Як ми вже зазначали, в Україні практика психологічного аналізу аудіовізуальних текстів щодо нанесення ними шкоди психологічному благополуччю та здоров'ю неповнолітніх дітей лише починає своє становлення. У зв'язку із чим вважаємо доцільним дати визначення науковому апарату.

Медіапсихологічна експертиза – це система психологічного дослідження медіатвору для визначення його загальних характеристик, опису медіавпливів на глядацьку аудиторію, виявлення потенційних медіаризиків, 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 наявності або

відсутності в медіапродукції впливу негативного характеру на психологічне благополуччя неповнолітніх осіб.

Об'єктом медіапсихологічного дослідження є медіа-твори / медіапродукти, зазвичай, розважального жанру.

Предмет медіапсихологічного дослідження – 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.

Завдання, що може розв'язувати медіапсихологічна експертиза:

- опис загальної характеристики медіапродукту аудіовізуального твору, наявності або відсутності у ньому ознак порушення законодавства щодо захисту дитини в медіапросторі тощо;

- опис медіаризиків аудіовізуального твору, на основі критеріїв заподіяння аудіовізуальною продукцією негативного впливу на психічне, моральне здоров'я та розвиток дитини;

- психологічний аналіз сюжету з описом медіапріємів і медіаефектів впливу на аудиторію, що є представленими у аудіовізуального твору;

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

- психологічна характеристика й аналіз поведінкових моделей і патернів героїв (дійових осіб), що представлені в аудіовізуальному творі (як певних моделей для наслідування);

- фіксація символів або архетипів і стереотипів, які представлено в аудіовізуальному творі та опис їхнього психологічного впливу на глядацьку аудиторію.

До компетенції експерта під час медіапсихологічного дослідження не належить розв'язання питань етичного, філософського, медичного (зокрема й психіатричного), правового характеру.

Методи медіапсихологічної експертизи поділяють на загальнонаукові й окремі методи психології. До загальнонаукових належать діалектичний метод і методи логіки, спостереження, опис, порівняльний аналіз, системний аналіз, інтерпретація, індукція, дедукція, синтез тощо. Окремими методами психології є (орієнтовний перелік):

- спрямоване спостереження; спрямована бесіда; контент-аналіз;

- психологічний аналіз матеріалів справи / провадження;

- методи психологічного анамнезу;

- змістовий психологічний аналіз відеопродукції, у 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, когнітивної складової впливу (зокрема і формування стереотипів), аналіз психологічних маніпуляцій, особистостей, моделей і патернів поведінки героїв медіатвору, медіаефектів і медіаризиків, аналіз змісту медіапродукту цільовій аудиторії тощо;

- медіапсихологічний експеримент (вивчення реакцій представників цільової аудиторії на медіапродукцію).

Порядок виконання медіапсихологічної експертизи має такі етапи:

1. *Попереднє* (підготовче) дослідження. Основними завданнями, що мають бути вирішеними на стадії попереднього дослідження є: з'ясування мети дослідження та зрозумілості переліку завдань, що були поставлені перед експертом оцінювання наданих матеріалів з позиції їхньої достатності для виконання поставлених за-

вдань, формування первинного уявлення щодо досліджуваних об'єктів, побудова гіпотез, планування експертного дослідження.

2. *Аналітичне дослідження*. Метою цього етапу є виявлення у наданих медіаматеріалах визначених критеріїв, що можуть завдати негативного впливу (шкоди) психологічному благополуччю дітей. Експерти проводять психологічний аналіз матеріалів, наданих для експертизи та, за потреби, додаткових матеріалів.

3. На етапі *медіапсихологічного аналізу аудіовізуальної продукції* вивчення матеріалів з'ясовують фабулу події, конкретизують додаткові завдання відповідно до інформативних можливостей наданих матеріалів, визначають психологічні медіа впливи / медіа ефекти / медіаризики, що відповідають завданням, поставленим перед експертом, та дозволяють їх розв'язати.

4. *Комплексне оцінювання результатів дослідження*. На цьому етапі моделюють потенційні (можливі) психологічні наслідки (прогнози) після перегляду медіатвору для неповнолітніх осіб. За потреби надають рекомендації експерта та формулюють один із варіантів висновків – категорично позитивний висновок про наявність негативних впливів, категорично негативний висновок про наявність негативних впливів, ймовірний (або умовно-ймовірний) висновок про наявність негативних впливів або висновок про неможливість розв'язання поставлених на експертизу питань [18].

Написання експертного висновку. Висновок складається із вступної частини, де зазначено усі реквізити (дата надходження та найменування документа про призначення експертизи, перелік об'єктів, що підлягають дослідженню і додаткових матеріалів, ПІБ експерта, його науковий ступінь і вчене звання, перелік питань до експерта тощо). Дослідницька частина відповідає чотирьом алгоритмам дослідження, описаним вище. У заключній частині викладено конкретні висновки у вигляді відповідей на поставлені питання в послідовності, що визначена у вступній частині.

Формулювання висновків медіапсихологічної експертизи має бути зрозумілим, повним, конкретним, таким, щоб не допускати двозначних тлумачень. У разі неможливості надати відповідь вказують причину.

Також нами був розроблений стандартний бланк написання експертного висновку для спрощення роботи експерта [18].

Компетентність експерта. Діяльність експерта є ключовою складовою системи захисту дитини від телепродукції, що може нанести шкоди психологічному благополуччю та розвитку дитини. Експерт відповідає на запитання, що можуть входити до його компетенції (перераховані вище).

Нині в Україні немає спеціалізованих програм або курсів підвищення кваліфікації для експертів відповідного профілю. Це пов'язано з тим, що зазначена галузь експертизи лише починає своє становлення на теренах України.

На нашу думку, питання фахової підготовки експертів є досить актуальним. Оскільки натепер (на час свого зародження) проведення зазначеної експертизи можуть виконувати фахівці, що мають сформоване професійне мислення, досвід психологічної діагностики, зокрема і з урахуванням вікових особливостей та критеріїв заподіяння медіапродукцією негативного впливу психологічному благополуччю та здоров'ю дітей. Використання цих критеріїв у кожному окремому випадку потребує складного процесу ухвалення рішення експертом. Оголени натурі, наприклад, у звичайному медіатворі легко констатувати як еротичний контекст, але якщо це нату-

ра напівоголена у витворі художнього мистецтва й автор таким прийомом намагався підкреслити певний задум – визначення наявності чи відсутності негативного впливу може бути ускладненим і потребує супервізії. Також у деяких медіатворах окремі сцени можуть мати елементи кількох критеріїв і це ускладнює їхню класифікацію. Зважаючи на це, проведення такого виду експертизи молодим фахівцем однозначно потребує попереднього спеціалізованого навчання, а подальша робота – супервізованого супроводу з досвідченим ментором.

Необхідний процес навчання має базуватися не тільки на теоретичних основах та загальному розумінні критеріїв, уміння приймати правильні рішення має формуватися лише через практичний досвід аналізу медіапродуктів та виконання спеціалізованих вправ у процесі навчання (зі стандартним набором відеофрагментів). Уміння аналізувати медіатексти має бути сформоване, застосування методики відбувається спочатку саме в навчальному середовищі, де є можливість обговорити складні кейси та знайти найадекватніше виконання поставлених завдань.

Згідно з нашим розумінням, фахівці з медіапсихологічної експертизи будуть поділятися на: *експерт-початківець*, що тільки проходить навчання за визначеною спеціальністю і протягом першого часу потребує менторського супроводу та супервізії і *досвідченого експерта*, який має відповідних для виконання роботи багаж як теоретичних знань, так і практичних навичок.

Нині досвідченим експертом ми можемо вважати фахівця, який має вищу психологічну освіту, освітньо-кваліфікаційний рівень не нижче спеціаліста, вивчав курс "Медіапсихології" та отримав за результатами екзаменаційного оцінювання не нижче 95 балів; який практикує наукові дослідження або викладання курсів, пов'язаних із медіапсихологією та медіаосвітою не менше трьох років та має відповідне підтвердження (публікації із зазначеної тематики у фахових журналах); ознайомлений зі "Стандартним протоколом проведення медіапсихологічної експертизи" та методичними рекомендаціями до нього, розробленими лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України; має рекомендації від асоціації медіапсихологічного профілю.

Експерт-початківець, на нашу думку, отримує право здійснювати свою діяльність після відповідного навчання й отримання персонального сертифікату. Сертифікат підтверджує компетентність експерта і його здатність чітко відповідати на запитання щодо характеристик телепродукції, необхідних для виявлення ризиків нанесення шкоди під час перегляду для дитини певного віку.

Висновки та перспективи дослідження. У зв'язку з особливостями зазначеної у нашому дослідженні теми, варто зауважити, що напрацювання в галузі аналізу художніх медіатекстів становлять інтерес для вчених уже досить значний час, але до цього моменту в Україні вони не були викристалізовані в окремий напрямок професійної діяльності, хоча така потреба в суспільстві, безсумнівно, існує. Формування і становлення медіапсихологічної експертизи буде потребувати, крім, визначеного нами наукового апарату, також уточнення і доповнення процедури, формування психодіагностичного мінімуму, розроблення навчальних програм за визначеним напрямком, а може і формування окремої навчальної дисципліни.

Ми вважаємо, що цю наукову розробку в тому вигляді, який зараз є, можна успішно використовувати для регулювання медіаіндустрії, наприклад, проведення до-

показового аналізу медіапродукції щодо можливості нанесення психологічної шкоди дітям. Використання її в практиці судової експертизи, на нашу думку, потребує певного допрацювання. Об'єктом дослідження медіапсихологічної експертизи є медіатвір, а експерти судово-психологічних досліджень звикли до того, що об'єктом судово-психологічної експертизи зазвичай постають певні характеристики особистості й поведінка учасників процесуальної діяльності. У зв'язку із чим ми бачимо необхідність у розробленні типових протоколів для аналізу медіапродукції різних типів (анімаційних фільмів, телепередач та телесеріалів тощо) для забезпечення процесу медіапсихологічної експертизи в межах досудових досліджень неповнолітніх дітей для визначення наявності або відсутності негативного (психотравмального) впливу на їхнє психологічне благополуччя після перегляду аудіовізуальної продукції.

Подяка. Наукове дослідження було виконано в межах Конкурсної теми прикладних наукових досліджень щодо підтримки молодих вчених, які працюють (навчаються) у підвідомчих установах НАПН України у 2021 р.

Список використаних джерел

1. Баришпольцев О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації: монографія. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 648 с.
2. Медіакультура населення України: Інформаційний бюлетень / ред.: Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баришпольцев; упоряд. Л. П. Черниш. Київ: ІСПП НАПН України, 2008. 52 с.
3. Медіаграмотність та інформаційна безпека: Інформаційний бюлетень / Л. А. Найдьоновой, Н. Л. Дятел, О. Л. Вознесенська, Н. І. Череповська, Н. О. Обухова, Ю. С. Чаплинська, Н. І. Дідик; за наук. ред. Л. А. Найдьоновой; упоряд. О. О. Кришовська. Київ: ІСПП НАПН України, 2018. 128 с.
4. Моніторинг медіакультури населення України: інформаційний бюлетень / за ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баришпольцев; упоряд. Л. П. Черниш. Київ: ІСПП НАПН України, 2010. 48 с.
5. Найдьоновой Л. А. Вікова періодизація медіаризиків: бачення батьками впливу телебачення на дитину. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2013. № 32. С. 285–293. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2013_32_29 (дата звернення: 12.12.2021).
6. Найдьоновой Л. А. Кодування медіаризиків у національній системі захисту дитини від потенційно шкідливого телеконтенту: посіб. для тренера. Київ: Міленіум, 2014. 80 с.
7. Найдьоновой Л. А. Запобігання підлітковому суїциду: вплив медіа. *Справи сімейні*: газета. 2017. Вип. 11 (248). С. 28-30.
8. Петрунько О. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіа середовищі: монографія. Полтава: ТОВ НВП "Укрпромторгсервіс", 2010. 480 с.
9. Савкіна Т. В., Єгорова Т. М., Сліпець О. О. та ін. Методика психологічного дослідження у справах щодо заповдіння моральних страждань особи та відшкодування моральної шкоди. Харків: ХНДІСЕ, 2017. 62 с.
10. Спільний акт узгодження № 1 "Захист дитини, яка зазнала сексуального насильства, при залученні до медіа-виробництва" / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення від 04.11.2016 р. URL: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-1-zahyst-dytnynyaka-zaznala-seksualnogo-nasylstva-pry-zaluchenni-do-mediyavrobnytstva/?fbclid=IwAR0JQ1yFVcWnNGtLZGrsGDoHst31-TvMbDwYf8P65kLYIXbZpVbSPxvlzc> (дата звернення: 10.12.2021).
11. Спільний акт узгодження № 2 "Висвітлення засобами масової інформації теми суїциду" / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення від 22.11.2017 р. URL: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-2-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-temy-suyitsydu/?fbclid=IwAR0i30K9rCKFW1tVnN24d6-s-FmMvHVkVvPAXJm-a8M917QhXZbn4Jel1u8> (дата звернення: 10.12.2021).
12. Спільний акт узгодження № 3 "Висвітлення засобами масової інформації теми участі дітей у збройних конфліктах" / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення від 19.11.2018 р. URL: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-3-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-temy-uchasti-ditej-u-zbrojnyh-konfliktah/> (дата звернення: 10.12.2021).
13. Спільний акт узгодження № 4 "Висвітлення засобами масової інформації випадків насильства і жорстокості" / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення від 12.02.2020 р. URL: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-4-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-vypadkiv-nasylstva-zhorstokosti/?fbclid=IwAR3iPpuP-J4l8BJ38fzgUSiZ1l6qU7eEaQI3QmH1R056l2BgBf-yaGr6gng> (дата звернення: 10.12.2021).
14. Спільний акт узгодження № 5 "Висвітлення засобами масової інформації випадків булінгу (цькування)" / Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення від 21.04.2021 р. URL:

https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-5-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-vypadkiv-bulingu-tskuvannya/?fbclid=IwAR2r6l8WJj3D9c26_1L6iLgevNCb9ukmwZKd3127Uy5enfHkVxW1tCCZV8 (дата звернення: 10.12.2021).

15. Федоров А. В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов. Москва : МОО "Информация для всех", 2012. 182 с.

16. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура в творчому самоусуствленні особистості : монографія. Омськ : Изд-во Сибирского филиала Российского ин-та культурологии, 2001. 446 с.

17. Чаплінська Ю. С. Фільманаліз в роботі психолога : практич. посіб. / Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2019. 96 с.

18. Чаплінська Ю. С., Найдьнова Л. А., Тамакова Т. А. та ін. Стандартичний протокол проведення медіапсихологічної експертизи аудіовізуальної продукції. Київ : ІСПП НАПН України, 2021. 34 с.

19. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення та творчого сприймання : метод. рекомендації до медіаосвітнього курсу "Медіакультура" для старшокл. загальноосвіт. навч. закл. Київ : МІЛЕНІУМ, 2014. 16 с.

20. Череповська Н. І. Медіапсихологічні ресурси соціально-психологічної реабілітації постраждалих від воєнних дій / Академія української преси. 2016. URL: http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnuk_konf_2016.pdf (дата звернення: 10.12.2021).

21. Al-khateeb S., Agarwal N. Deviance in Social Media and Social Cyber Forensics. Cham : Springer International Publishing, 2019. URL: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-13690-1> (date of access: 15.01.2022).

22. Early childhood television viewing and adolescent behavior: The recontact study. / D. R. Anderson, A. C. Huston, K. L. Schmitt, D. L. Linebarger & J. C. Wright. *Monographs of the Society for Research in Child Development*. 66(1), 1-VIII. 2001. P. 1-147. DOI: 10.1111/1540-5834.00120

23. Arnett J. J. Emerging adulthood: What it is, and what is it good for. *Child Development Perspectives*. 2007. No. 1. P. 68-73. DOI: 10.1111/j.1750-8606.2007.00016.x.

24. The handbook of children, media, and development / ed. by S. L. Calvert, B. J. Wilson. Blackwell Publishing, 2008. 640 p. DOI: 10.1002/9781444302752.

25. Media and the Make-Believe Worlds of Children: When Harry Potter meets Pokemon in Disneyland / M. Gotz, D. Lemish, A. Aidman & H. Moon. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 2005. 244 p.

26. Johnson J. & Cohen P. & Smailes E. & Kasen S. & Brook J. Television Viewing and Aggressive Behavior During Adolescence and Adulthood. New York : Science. 2002. No. 295. P. 2468-71. DOI: 10.1126/science.1062929.

27. Landhuis C. E., Poulton R., Welch D., Hancox R. J. Does Childhood Television Viewing Lead to Attention Problems in Adolescence? Results From a Prospective Longitudinal Study. *Pediatrics*. 2007. 120 (3). P. 532-537. DOI: 10.1542/peds.2007-0978.

28. Livingstone S., O'Neill B. Children's Rights Online: Challenges, Dilemmas and Emerging Directions. *Information Technology and Law Series*. The Hague, 2014. P. 19-38. URL: https://doi.org/10.1007/978-94-6265-005-3_2 (date of access: 10.12.2021).

29. Milosevic T., Livingstone S. Protecting Children Online? Cyberbullying Policies Of Social Media Companies. The MIT Press Publishing. 2017. 297 p.

30. Wilson B. J. Media Violence and Aggression in Youth. *The Handbook of Children, Media, and Development*. Oxford, UK. P. 235-267. URL: <https://doi.org/10.1002/9781444302752.ch11> (дата звернення: 10.12.2021).

References

1. Baryshpolets, O. T. (2013). *Brekhnyia v informatsiynomu prostori ta mizhosoboviyi komunikatsiyi: monohrafiya*. Natsionalna akademiya pedahohichnykh nauk Ukrainy, Instytut sotsialnoyi ta politychnoyi psykholohiyi, Kirovohrad : Imeks-LTD, 648. (in Ukraine).

2. *Media-kultura naselelnya Ukrainy: Informatsiynyy byuleten* (2008). Za red. L. A. Naydonovoyi, O. T. Baryshpoltsya; Uporyad. L. P. Chernysh. – K.: ISPP NAPN Ukrainy, 52. (in Ukraine).

3. *Mediagramotnist ta informatsiyna bezpeka: Informatsiynyy byuleten* (2018). Za nauk. red. L. A. Naydonovoyi, uporyad. O. O. Kryshovska [Naydonova L. A., Dyatel N. L., Voznesenska O. L., Cherepovska N. I., Obukhova N. O., Chaplynska Iu. S., Didyk N. I.]. K.: IISPP NAPN Ukrainy, 128. (in Ukraine).

4. *Monitorynh media-kultury naselelnya Ukrainy: Informatsiynyy byuleten* (2010). Za red. L. A. Naydonovoyi, O. T. Baryshpoltsya; Uporyad. L. P. Chernysh. K.: ISPP NAPN Ukrainy, 48. (in Ukraine).

5. Naydonova, L. A. (2013). Vikova periodyzatsiya mediaryzykiv: bachennya batkamy vplyvu telebachennya na dytynu. *Naukovy studiyi iz sotsialnoyi ta politychnoyi psykholohiyi*, Vyp. 32, 285-293. [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nspp_2013_32_29 [data zvernennya: 12.12.2021]. (in Ukraine).

6. Naydonova, L. A. (2014). *Koduvannya mediaryzykiv u natsionalnyi systemi zakhystu dytyny vid potentsiyno shkidlyvoho telekontentu: posibnyk dlya trenera*. K.: Milenium, 80. (in Ukraine).

7. Naydonova, L. A. (2017). Zapobihannya pidlitkovomu suyitsydu: vplyv media. *Hazeta "Spravy simeyni"*, 11 (248), 28-30. (in Ukraine).

8. Petrunko, O. (2010). *Dity i media: sotsializatsiya v ahresyvnomu media seredovyschi: monohrafiya*. Poltava: TOV NVP "Ukrpromtorhservis", 480. (in Ukraine).

9. Savkina, T. V., Yehorova, T. M., Slipets, O. O. ta in. (2017). *Metodyka psykholohichnoho doslidzhennya u spravakh shchodo zapodiynnyia moralnykh strazhdan osobi ta vidshkoduvannya moralnoyi shkody*. KH.: KHANDISE, 62. (in Ukraine).

10. *Spilnyy akt uzgodzhennya № 1 Zakhyst dytyny, yaka zaznala seksualnoho nasylstva, pry zaluchenni do media-vyrobnystva* (2016). Natsionalna Rada ukraiyiny z pytan telebachennya i radiomovlennya. [online]. Available at: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-1-zahyst-dytyny-yaka-zaznala-seksualnoho-nasylstva-pry-zaluchenni-do-media-vyrobnystva/?fbclid=IwAR0i30K9rCKFW1tVnN24d6-s-FmMvHVkVpAXDWyF8P6f5kLYIXbZpvBSPxvlzc> [Accessed 10 Dec. 2021]. (in Ukraine).

11. *Spilnyy akt uzgodzhennya № 2 Vysvitlennya zasobamy masovoyi informatsiyi temy suyitsydu* (2017). Natsionalna Rada ukraiyiny z pytan telebachennya i radiomovlennya. [online]. Available at: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-2-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-temy-suyitsydu/?fbclid=IwAR0i30K9rCKFW1tVnN24d6-s-FmMvHVkVpAXJm-a8M917QhXZbn4Jel1u8> [Accessed 10 Dec. 2021]. (in Ukraine).

12. *Spilnyy akt uzgodzhennya № 3 Vysvitlennya zasobamy masovoyi informatsiyi temy uchasti ditey u zbroynnykh konfliktakh* (2018). Natsionalna Rada ukraiyiny z pytan telebachennya i radiomovlennya. [online]. Available at: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-3-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-temy-uchasti-ditey-u-zbroynnykh-konfliktakh/> [Accessed 10 Dec. 2021]. (in Ukraine).

13. *Spilnyy akt uzgodzhennya № 4 Vysvitlennya zasobamy masovoyi informatsiyi vypadkiv nasylstva i zhorstokosti* (2020). Natsionalna Rada ukraiyiny z pytan telebachennya i radiomovlennya. [online]. Available at: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-4-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-vypadkiv-nasylstva-zhorstokosti/?fbclid=IwAR3iPpuPJ4L8Bj38fzgzUSiZ116qU7EaQi3Qm1hR056l2BgBf-yaGr6ghg> [Accessed 10 Dec. 2021]. (in Ukraine).

14. *Spilnyy akt uzgodzhennya № 5 Vysvitlennya zasobamy masovoyi informatsiyi vypadkiv bulinhu (tskuvannya)* (2021). Natsionalna Rada ukraiyiny z pytan telebachennya i radiomovlennya. [online]. Available at: https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-5-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-vypadkiv-bulingu-tskuvannya/?fbclid=IwAR2r6l8WJj3D9c26_1L6iLgevNCb9ukmwZKd3127Uy5enfHkVxW1tCCZV8 [Accessed 10 Dec. 2021]. (in Ukraine).

15. Fedorov, A.V. (2012). *Analiz audyovyzualnykh medyatekstov*. M.: MOO "Ynformatsyya dlya vsekh", 182. (in Russian).

16. Khylok, N.F. (2001). *Rol audyovyzualnoy kultury v tvorcheskom samoosushchestvleniy lychnosty. Monohrafiya*. Omsk: Yzd-vo Sybyskoho fitylya Rossyyskoho yn-ta kulturolohyi, 446. (in Russian).

17. Chaplinska, Iu. S. (2019). *Filmanaliz u roboti psykholoha: praktychnyy posibnyk*. Natsionalna akademiya pedahohichnykh nauk Ukrainy, Instytut sotsialnoyi ta politychnoyi psykholohiyi. Kropyvnytskyi : Imeks-LTD, 96. (in Ukraine).

18. Chaplinskaya, Iu. S., Naidenova, L. A., Tamakova, T. A. et al. (2021). *Standartnyy protokol provedennya mediapsykholohichnoyi ekspertyzy audyovyzualnoyi produktsiyi*. K.: ISPP NAPN Ukrainy, 2021, 34. (in Ukraine).

19. Cherepovska, N. I. (2014). *Vizualna mediakultura: rozvytok krytychnoho myslennya ta tvorchoho sprymannya*. Metodichni rekomendatsiyi do mediaosvitnoho kursu "Mediakultura" dlya starshoklasnykh zahalnoosvitnikh navchalnykh zakladiv, K.: MILENIUM, 16. (in Ukraine).

20. Cherepovska, N. I. (2016). Mediapsykholohichni resursy sotsialno-psykholohichnoyi reabilitatsiyi postrazhdalyykh vid voyennykh diy. Akademiya ukraiyinskoyi presy. [online]. Available at: http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnuk_konf_2016.pdf [Accessed 10 Dec. 2021].

21. Al-khateeb, S. & Agarwal, N. (2019). *Deviance in Social Media and Social Cyber Forensics: Uncovering Hidden Relations Using Open Source Information (OS/INT)*. Springer Publishing. DOI: 10.1007/978-3-030-13690-1. (in English).

22. Anderson, D. R., Huston, A. C., Schmitt, K. L., Linebarger, D. L., & Wright, J. C. (2001). Early childhood television viewing and adolescent behavior: The recontact study. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 66(1), 1-VIII, 1-147. DOI: 10.1111/1540-5834.00120. (in English).

23. Arnett, J. J. (2007). Emerging adulthood: What it is, and what is it good for. *Child Development Perspectives*, 1, 68-73. DOI: 10.1111/j.1750-8606.2007.00016.x. (in English).

24. Calvert, S. L., & Wilson, B. J. (Eds.). (2008). *The handbook of children, media, and development*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9781444302752>. (in English).

25. Gotz, M., Lemish, D., Aidman, A. & Moon, H. (2005). *Media and the Make-Believe Worlds of Children: When Harry Potter meets Pokemon in Disneyland*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. (in English).

26. Johnson, J. & Cohen, P. & Smailes, E. & Kasen, S. & Brook, J. (2002). Television Viewing and Aggressive Behavior During Adolescence and Adulthood. *Science* (New York), 295, 2468-71. DOI: 10.1126/science.1062929. (in English).

27. Landhuis, C. E., Poulton, R., Welch, D., Hancox, R. J. (2007). Does Childhood Television Viewing Lead to Attention Problems in Adolescence? Results From a Prospective Longitudinal Study. *Pediatrics*, 120 (3), 532-537. DOI: 10.1542/peds.2007-0978 (in English).

28. Livingstone, S. & O'Neill, B. (2014). *Children's Rights Online: Challenges, Dilemmas and Emerging Directions*. 10.1007/978-94-6265-005-3_2. (in English).

29. Milosevic, T., Livingstone, S. (2017). *Protecting Children Online? Cyberbullying Policies Of Social Media Companies*. The MIT Press Publishing, 297. (in English).

30. Wilson, B. J. (2008). Media violence and aggression in youth. In S. L. Calvert & B. J. Wilson (Eds.), *The handbook of children, media, and*

development (pp. 237–267). Malden, MA: Wiley-Blackwell. DOI: 10.1002/9781444302752.ch11 (in English).

Надійшла до редколегії 23.02.22
Рекомендована до друку 15.05.22

Iuliia Chaplinska, PhD (Psychology), Senior Researcher
ORCID: 0000-0002-8105-8954
Institute for Social and Political Psychology, NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine

MEDIA PSYCHOLOGICAL EXPERTISE AUDIO-VISUAL PRODUCTS

The article raises the current problem for Ukrainian society as the mechanisms of media regulators, which cover sensitive topics that may adversely affect the psychological and moral development of children. The author reviews scientific research related to the negative impact of television programs on child development and justifies the need for media psychological expertise to protect children in the information space and the ability to defend this right in court.

The main purpose of the article is to substantiate the scientific construct of media psychological expertise. In connection with this purpose the author presents its methodological principles: typology of leading types of visual, audiovisual mass media and algorithms of visual media texts research, classification of information destructive influences of media (Cherepovska), five planes of film analysis (Chaplinskaya), different types of analysis of media texts (Fedorov) and detailed typology of audiovisual media perception (Hilko), age periodization of media risks and criteria for harming the psychological well-being of children with media products (Naidenova), as well as methods of psychological research in cases of moral suffering to the person (Savkina et al.).

The author defines the scientific construct of media psychological examination, describes its object, subject, list of main tasks, methods, process and substantiates the requirements for the competence of the expert.

Prospects for research on this topic were outlined in the form of supplementing the procedure of media psychological examination, formation of a psychodiagnostic minimum for the examination of minors, development of curricula for experts, and perhaps the formation of a separate discipline for higher education.

Keywords: media psychology, media risks, children, security, audiovisual products, psychological harm, psychological well-being, media psychological expertise.