

CZU: 159.9.07: [141.21-053.6]

## МЕДИАТИЗИРОВАННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ОПТИМИЗМ МОЛОДЕЖИ: ИССЛЕДОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАТРАВМАТИЗАЦИИ

*Елена ВОЗНЕСЕНСКАЯ*

*Институт социальной и политической психологии НАПН Украины*

### MEDIATIZED SOCIAL OPTIMISM OF YOUTH: RESEARCH IN THE CONTEXT OF MEDIATRAUMATIZATION

Social optimism is the positive expectations of a person, a group, a society that extends to a social life (faith in progress, development of society), and which are supported by an active social position, willingness to act for the benefit of society, and awareness of ourselves as a socially significant force. In the conditions of the information society, mediaized social optimism is determined by the media activity of the individual and the peculiarities of interaction with the media, depending on the level of media culture of society. According to the author's model, exposure to the process of media trauma associated with the stability of the individual (optimism, locus control) and self-regulation (media activity of the individual and tolerance to uncertainty). These characteristics of the individual are the targets of information influences: due to the influence on the emotional sphere and, as a consequence, social mood, the formation of a value sphere, a worldview that determines the social activity of person and his expectations of the future. An empirical research confirmed the relations between model components. More than 1,300 high school students from all regions of Ukraine took part in the empirical research. Media-creativity was measured using scales: content creation, content distribution, motivation for media-creativity. An author's methodology for evaluating mediaized social optimism in youth is developed based on LOT (Life Orientation Test, 1985; adaptation: T.O. Gordeeva, O.A. Sichov, E.N. Osin). A connection was identified between mediaized social optimism and media-creativity. In the context of information war, the development of media-creativity as an increase in the media culture of the individual will influence the formation of positive youth's expectations about the future, and thus, media-creativity becomes a means of preventing mediatraumatization. Media-creativity can be seen as an effective copying strategy of a young person in a state of social upheavals.

*Keywords: social optimism, media-creativity, media-activity, media-traumatization, telecommunications.*

### MEDIATIZAREA OPTIMISMULUI SOCIAL LA TINERI: CERCETARE ÎN CONTEXTUL TRAUMATIZĂRII MEDIA

Optimismul social se referă la expectațiile pozitive ale unei persoane, grup sau ale societății în ansamblu cu referire la viața socială (crențele privind progresul social sau dezvoltarea societății), care se exprimă prin activism social, dorința de a se implica pentru bunăstarea societății și percepția sinelui ca o forță socială importantă. În contextul societății informaționale, mediatizarea optimismului social este determinată de activitățile și particularitățile interacțiunii individului cu mass media, în funcție de nivelul de cultură informațională a societății. În conformitate cu modelul propus de noi, expunerea la traumele prezentate în mass media este influențată de stabilitatea individului (optimismul, locul de control) și de controlul sinelui (media activitatea individului și toleranța la incertitudine). Aceste caracteristici ale individului sunt, de fapt, pârgurile de influență informațională, dat fiind impactul pe care îl exercită asupra sferei emoționale, implicat asupra valorilor, stării de spirit în societate sau viziunii despre lume și care determină, în consecință, activitatea socială a individului și expectațiile privind viitorul. Cercetarea empirică confirmă relațiile dintre componentele acestui model. Peste 1300 de elevi din diverse regiuni ale Ucrainei au participat la acest studiu. Media creativitatea a fost măsurată cu ajutorul scalelor: creare de conținut, distribuire de conținut, motivație pentru creativitate în mass media. Pentru a evalua optimismul social la tineri, am elaborat o metodologie proprie în baza LOT (Testul de orientări în viață, 1985, adaptat de T.O. Gordeeva, O.A. Sichov și E.N. Osin). S-a evidențiat o anumită conexiune între optimismul social mediatizat și media creativitatea. În contextul războiului informațional, dezvoltarea media creativității, ca rezultat al creșterii nivelului de cultură informațională, va determina formarea unor expectații pozitive privind evoluțiile ulterioare ale societății și, astfel, media creativitatea devine o condiție de prevenire a traumatizării informaționale în condițiile unor tulburări sociale.

*Cuvinte-cheie: optimism social, media creativitate, media activitate, media traumatism, telecomunicare.*

### Введение

Сегодня медиа являются важной частью жизни, однако взаимодействие с медиапространством содержит и определенные риски. Постоянный поток негативной информации, получаемой из масс-медиа – «поражений и побед», которые являются основой построения информационных сообщений и

на телевидении и в интернете, отражается на духовно-нравственном состоянии общества в целом и может вызывать медиатравматизацию. Распространение новейших социальных медиа приводит к лавиноподобному распространению любой информации. И что этому можно противопоставить?

Социальный оптимизм является социально-психологической основой общественных трансформаций, поскольку напрямую связан с адаптацией, социализацией, социальным диалогом – механизмами социальных процессов. В информационном обществе в условиях медиасоциализации молодежи важную роль в становлении социального оптимизма играют именно медиа – масс-медиа и социальные медиа. Мы рассматриваем социальный оптимизм как положительные ожидания общества, группы, человека, распространяемые на общественную жизнь (вера в прогресс, развитие общества) подкрепленные активной гражданской позицией, готовностью действовать на благо общества, и осознанием себя как общественно значимой силы. Считаем важным фокусирование на оптимистическом потенциале группы и социальных факторах. Среди последних в эпоху информационной войны важную роль играют медиапсихологические, которые не только влияют на развитие социального оптимизма, но и могут стать основой для профилактики медиатравматизации.

Социальный оптимизм особенно важен в кризисные периоды, когда нарушается чувство безопасности, доверия к миру, наблюдается дефицит достоверной информации, повышенная чувствительность к эмоционально насыщенному информационному контенту, приверженность общества к экстремальным действиям, криминализация социальных процессов, маргинализация определенных групп населения. Социальный оптимизм необходим для государственного переустройства, реформирования различных сфер жизни общества. В условиях гибридной войны с ее системными деструктивными информационными воздействиями социальный оптимизм может стать средством предотвращения и фактором преодоления последствий медиатравматизации как в сфере помощи личности, так и в деятельности социальных институтов и организаций, направленной на выход из системного кризиса современного общества. Учитывая, что оптимизм является фактором защиты личности и общества от дистресса и значимым фактором прогнозирования субъективного благополучия [1], социальный оптимизм можно считать необходимым условием для профилактики медиатравматизации.

В науке есть ряд исследований оптимизма и пессимизма (М.Селигман, Л.Абрамсон, Дж.Тисдейл, М.Ф. Шейер, Ч.С. Карвер, К.Петерсон, Г.А. Камисс, Х.Нистико т.д.). В психологии эти феномены – оптимизм и пессимизм – часто сводятся к индивидуальным проявлениям психики. Наиболее выделяются два подхода к изучению оптимизма: исследования диспозиционного оптимизма как обобщенных ожиданий от будущего (Ч.С. Карвер, М.Шейер и др.) и исследования оптимизма как атрибутивного стиля (М.Селигман, К.Петерсон, Л.Абрамсон). Первый подход основан на общей теории саморегуляции поведения, в частности – положении о направленности поведения человека на достижение определенной цели и ожидании, которое выражается в уверенности или сомнении в достижении цели. С точки зрения теории диспозиций, оптимизм является относительно устойчивой личностной характеристикой, определяющей позитивные ожидания человека относительно будущего. Второй подход применяется для описания специфики размышлений человека в различных жизненных ситуациях; оптимизм определяется через выраженность параметров атрибутивного стиля человека. Существуют две концептуальные модели: 1 – оптимизм и пессимизм как полюса одного континуума, различные стороны одного конструкта, что подтверждается многочисленными исследованиями, свидетельствующими о их высокой корреляции, и 2 – относительная независимость оптимизма и пессимизма. Исследованиями установлена двухфакторность модели оптимизм / пессимизм [2; 3; 4], что позволило предположить наличие различных источников пессимизма и оптимизма. Маршалл Г.Н. с коллегами установили и однофакторность оптимизма, и его двухфакторность [5]. Исследования Е. Чанга также доказали, что диспозиционный оптимизм включает два фактора – отрицательные и положительные ожидания, хотя до сих пор не решена проблема теоретического обоснования независимости этих двух конструктов. Однако доказано, что напряжение и психологические травмы влияют на оптимизм негативным образом, и для предотвращения этих негативных воздействий возможно формирование оптимистического взгляда на жизнь [6].

### **Модель профилактики и преодоления последствий медиатравматизации**

Теоретические исследования позволили рассматривать собственную активность человека как индикатор оптимизма. Общественная активность человека является принципиальной для оценки соци-

ального оптимизма. Оптимистичные настроения человека возрастают в ситуациях, когда он действует и ответственен за результаты своих действий. Неуверенность приводит к отсутствию действий, что не позволяет человеку получить собственный опыт участия в общественных преобразованиях, являясь фактором формирования пессимистической позиции. Такая трактовка социального оптимизма позволяет отойти от индивидуалистической парадигмы и сфокусироваться на оптимистичном потенциале группы, общественного слоя, поколения и социальных факторах, в частности – медиапсихологических. В условиях информационного общества активность человека проявляется не только в реальных действиях, умственной деятельности, но и в медиаактивности.

**Медиаактивность** определяется нами как показатель медиакультуры личности и фактор ее становления [7] и описывается посредством следующих критериев: *контактного* (контакт с медиа и продуктами медиакультуры, активность потребления, взаимодействия с медиа); *коммуникативного* (активность взаимодействия с другими с помощью медиа, в том числе, активность в социальных сетях – медиатизированное общение, по определению Голубевой Е.Е., не опубликовано); *когнитивного* (понимание, анализ, осознание, оценка, фильтрация, селекция, классификация медиаконтента); *творческого* (создание нового медиаконтента – продуцирования новых медиатекстов, включая самопрезентации в интернете).

Нами определены **три уровня медиаактивности**: пассивное восприятие информации – рецептивная деятельность; средняя активность – реактивная деятельность; высокая активность – творческая деятельность (основой взаимодействия с медиа являются медиатворчество и распространение созданного медиаконтента) [там же].

Именно поэтому в модели профилактики и преодоления последствий медиатравматизации мы используем критерий медиаактивности.

Мы рассматриваем медиатравматизацию как принципиально новый вид психической травмы в информационном обществе [8]. Медиатравма – это психическая травма, возникающая под интенсивным воздействием медиасредств, медиасообщений, медиаконтента, опасная для психики реакция на эмоционально значимое событие, затрагивающее значимые сферы существования человека, обусловленная сильными стрессовыми воздействиями на психику, представляющая угрозу для жизни (или такая, что воспринимается как угроза, нарушающая чувство безопасности). Медиатравма может быть связана с длительными эмоциональными переживаниями, приводящими к ухудшению качества жизни: интенсивность «раздражителя» может быть небольшой, но постоянно действующей. Механизмами медиатравматизации могут быть идентификация и проекция. Специфическим признаком медиатравмы является вовлеченность медиа как источника или средства травматизации. Травматическое событие может происходить не непосредственно с человеком, а быть воспринимаемым с помощью медиа: интернета, телевизора и т.д., при этом чувства тождественны тем, которые испытывает человек, находясь в центре события.

Авторская модель противодействия и преодоления последствий медиатравматизации включает два фактора – устойчивость личности к стрессовым воздействиям и навыки саморегуляции. Первый фактор частично зависит от темпераментных особенностей, ресурсов, имеющихся в момент травматического события (личных, материальных и социальных), жизненного опыта, а частично определяется качествами личности – локусом контроля и социальным оптимизмом. Контроль ситуации влияет на формирование социального оптимизма. Локус контроля также может быть индикатором социального оптимизма: внутренний – как вера в собственные возможности влиять не только на собственное будущее, но и на будущее общества. Как показывают исследования, диспозиционный оптимизм положительно связан с внутренним локусом контроля.

Второй фактор противодействия и преодоления последствий медиатравматизации – это саморегуляция, определяемая через медиаактивность и толерантность к неопределенности. Оптимизм обладает внутренними эмоциональными и мотивационными составляющими, поэтому способность к эмоциональной саморегуляции и будет определять уровень оптимизма. Одной из важных характеристик способности к саморегуляции является толерантность к неопределенности как способность человека принимать конфликт и напряжение, противостоять хаосу внешнего мира и противоречивости информации, принимать неизвестное. Толерантная личность описывается как принимающая новизну и неопределенность ситуаций и способная продуктивно действовать в таких условиях. Т.е. толерантность

к неопределенности не сводится к личностным чертам и не соответствует полностью диспозициям, а зависит от содержания деятельности и ситуационных факторов.

Эти характеристики личности – локус контроля, эмоциональная саморегуляция, толерантность к неопределенности – являются мишенями информационных воздействий: через воздействие на эмоциональную сферу и, как следствие, на настроения, на формирование ценностей, мировоззрения, которые определяют общественную активность человека и его ожидания относительно будущего.

### **Выборка и методы исследования**

Пилотажное эмпирическое исследование для подтверждения авторской модели социального оптимизма как фактора противодействия медиатравматизации проводилось в форме очного и дистанционного опроса (через интернет с помощью специальной онлайн-формы). Опросник содержал разработанный автором тест медиатизированного социального оптимизма, опросник толерантности к неопределенности (Т.В. Корнилова, 2009 г.), тест на локус контроля (использовался тест Дж. Роттера, версия, в которой из каждой из 29 пар утверждений предлагается выбрать одно, см. [9]).

Опросник толерантности к неопределенности Т.В. Корниловой состоит из 33 вопросов, сгруппированных в 3 шкалы (толерантность к неопределенности как генерализованное личностное качество – стремление к изменениям, новизне и оригинальности, готовность идти непроторенными путями; интолерантность – фокусирует стремление к ясности, упорядоченности во всем и неприятие неопределенности, убеждение в главенствующей роли правил и принципов, дихотомическое деление правильных и неправильных способов, мыслей и ценностей; межличностная интолерантность к неопределенности как стремление к ясности и контролю в межличностных отношениях, дискомфорт при неопределенности отношений с другими; см. [10]). Ответы формируются по 7-балльной шкале Лайкерта.

Авторский *тест медиатизированного социального оптимизма* построен на основе теста LOT (Life Orientation Test, 1985) и его более поздней версии LOT-R (Life Orientation Test Revised), предложенной И.К. Чангом (адаптация Т.О. Гордеева, О.А. Сычов, Е.Н. Осин, см. [11]). Тест состоит из 12 определений (3 шкалы – медиатизированного оптимизма, медиатизированного пессимизма и нейтральной установки), которые предлагается оценить по шкале Лайкерта от 1 до 5 баллов. Вопросы авторского теста содержат ссылки на взаимодействие с медиа.

Апробация и валидизация теста медиатизированного социального оптимизма проводилась в рамках всеукраинского массового опроса, в котором приняли участие 1344 старшеклассника со всех регионов Украины (выборка гомогенна по возрасту и сбалансирована по полу), участвовавших во всеукраинском эксперименте по медиаобразованию.

Математическая обработка проводилась с помощью программы SPSS. При обработке данных ответы перекодировались в дихотомическую шкалу. Апробация теста медиатизированного социального оптимизма показала, что внутренняя согласованность шкал теста, проверенная с использованием коэффициента Альфа-Кронбаха, составляет для шкалы медиатизированного социального оптимизма – ,702, для шкалы пессимизма – ,681. Нормальность распределения определялась с помощью критерия Колмогорова-Смирнова; для определения корреляций использовался непараметрический коэффициент корреляции Спирмена.

Между собой шкалы медиатизированного социального оптимизма и пессимизма не связаны (корреляция между шкалами оптимизма и пессимизма прямая, а не обратная, очень слабая, но на высоком уровне значимости – ,121 на уровне значимости 0,01). Это, во-первых, указывает на то, что медиатизированные оптимизм и пессимизм – два разных феномена, не являющихся полюсами одного континуума, а во-вторых, что социальный оптимизм или пессимизм в информационной среде является не качеством личности, а скорее – состоянием. Мы предлагаем интерпретировать эти феномены как поведенческие стратегии восприятия и обработки информации. Шкалы медиатизированных оптимизма и пессимизма имеют слабые корреляции с вопросом шкалы депрессии, вошедшей в опросник всеукраинского массового опроса, связанным с личностным оптимизмом, но на высоком уровне значимости (коэффициенты корреляции ,286 и -,146 соответственно на уровне значимости 0,01).

В нашем исследовании общая выборка составила 104 человека в возрасте от 20 до 54 лет, большинство испытуемых – женщины, являющиеся жителями города, имеющие средний уровень доходов. Все опрошенные характеризовались средним или высоким уровнем медиаактивности, что является принципиальным для исследования социального оптимизма в контексте медиатравматизации.

Для оценки уровня медиаактивности использовалась шкала «Когнитивной составляющей медиакомпетентности» методики «Диагностика уровня медиакультуры», разработанная лабораторией психологии массовой коммуникации и медиаобразования Института социальной и политической психологии Национальной академии педагогических наук Украины (не опубликовано).

#### Анализ и обсуждение результатов исследования

Исследование показало связь социального оптимизма с когнитивной составляющей медиаактивности (,381, значимость на уровне 0,01, двухсторонняя). Корреляционный анализ показал связь медиатизированного социального оптимизма с толерантностью к неопределенности на уровне значимости 0,01, коэффициент корреляции составляет, 264. Выявлена также слабая позитивная связь на уровне тенденции медиатизированного социального оптимизма с интернальным локусом контроля личности (коэффициент корреляции ,202 на уровне значимости 0,05) и негативная – с экстернальным локусом контроля личности (коэффициент корреляции -,203 на уровне значимости 0,05).

Анализ данных массового опроса старшеклассников, участвовавших во всеукраинском эксперименте по внедрению медиаобразования, также показал наличие тенденции к прямой связи разных аспектов медиаторчества с социальным оптимизмом (однако корреляции слабые).

Медиаторчество – это не только создание новых медиасредств и разноформатных медиатекстов, творческих продуктов, но и формирование творческого стиля мышления, видения, творческое отношение к миру, мировоззрение. По определению Н.И. Череповской, медиаторчество тесно связано с медиаодаренностью и соотносится с различными аспектами деятельности личности в сфере медиа: и в процессе потребления медиапродукции, как ее переосмысление и создание новых образно-смысловых структур, и в процессе предметного создания медиатекстов в различной форме (вербальной, образной, аудиовизуальной и т.д.) [12]. В процессе медиаторчества развиваются такие навыки человека: художественные; коммуникативные (в том числе навыки он-лайн общения); медиаумения (монтаж, озвучивание и т.п.); технические. Медиаторчество предусматривает переход с потребительского уровня взаимодействия с медиа на уровень создания медиаконтента. Медиаторчество стимулирует механизмы творческой адаптации, предусматривает активное взаимодействие, диалог, сотворчество, формирует творческое отношение к жизни, активную жизненную позицию.

Уровень медиаторчества оценивался по шкале «Медиаторчество», состоящей из субшкал «Создание собственного медиаконтента», «Мотивация медиаторчества» (внутренняя согласованность шкал, проверенная с использованием коэффициента Альфа-Кронбаха, соответственно ,649 и ,696) и «Распространение собственного медиаконтента». Внутренняя согласованность всей шкалы «Медиаторчество» составляет ,828.

Корреляции между шкалой медиатизированного социального оптимизма и субшкалами шкалы медиаторчества (с использованием непараметрического коэффициента Спирмена) представлены в таблице.

Таблица

#### Корреляции между шкалой социального оптимизма и субшкалами шкалы медиаторчества

	Коэффициент корреляции Спирмена со шкалой социального оптимизма*
Субшкала «Создание собственного медиаконтента»	,263
Субшкала «Распространение собственного медиаконтента»	,133
Субшкала «Мотивация медиаторчества»	,208
Шкала «Медиаторчество»	,248

\*N=1481, значимость на уровне 0,01

Итак, можно предположить, что формирование социального оптимизма определяется уровнем медиакультуры общества, зависящим от распространения медиаторчества. Факторами формирования

социального оптимизма как средства противодействия медиавоздействиям является высокий уровень медиаактивности личности – медиаторчество, избирательность внимания и критическое отношение к негативной информации, получаемой посредством СМИ. Медиаторчество способствует формированию социального оптимизма у молодежи, что является важным для построения гражданского общества. И именно поэтому медиаторчество может стать средством преодоления последствий медиатравматизации в условиях информационной войны. Пессимизм, внешний (экстернальный) локус контроля, низкий уровень медиаактивности (рецептивный, пассивное восприятие) и низкая толерантность к неопределенности определяют пессимистические настроения личности как неготовность действовать, ожидание худшего в будущем.

### Выводы

Медиаобразование может стать средством формирования и укрепления социального оптимизма посредством формирования активной гражданской позиции, готовности действовать, развития гибкости поведения и осознания себя как общественно значимой силы. Таким образом, эффективной стратегией профилактики психоэмоциональных нарушений и медиатравм и укрепления медиаиммунитета молодежи является творческое восприятие медиа и самовыражение через медиаторчество. Развитие способностей к медиаторчеству является эффективным средством развития творческой, самодостаточной и критически мыслящей личности в условиях быстрого роста объемов информации. Именно это позволяет человеку устанавливать «здоровые отношения» с медиареальностью. Человек сознательно и активно включается в медиаобщение и медиаторчество и начинает контролировать свою психологическую безопасность. Развитие медиакомпетентности в процессе медиаторчества приводит к повышению самооценки, налаживанию общения [13]. Низкая самооценка, эмоционально неблагоприятное отношение к себе затрудняют восприятие обратной связи, включают действие психологических защитных механизмов. Положительная самооценка снижает уровень психологической угрозы, уменьшает сопротивляемость, делает человека более открытым новой информации и новому опыту и – в то же время – более критически настроенным к информационным воздействиям. Медиаторчество можно рассматривать как эффективную копинг-стратегию молодежи в условиях общественных потрясений.

### Литература:

1. ПЕТРОВА, Е.А., ЕНИКОЛОПОВ, С.Н. Оптимизм как одна из составляющих субъективного благополучия. В: *Вопросы психологии*, 2009, №1, с.51-58.
2. CHANG, E.C., BRIDEWELL, B.W. Irrational Beliefs, Optimism, Pessimism, and Psychological Distress: A Preliminary Examination of Differential Effects in a College Population. In: *Journal of Clinical Psychology*, 1998, v.54, p.137-142.
3. NAKANO, K. Psychometric properties of the life orientation test-revised in samples of Japanese students. In: *Psychological Reports*, 2004, part 1, v.94(3), p.849-855.
4. VAUTIER S., RAUFASTE, E., CARIOU, M. Dimensionality of the Revised Life Orientation Test and the status of filler items. In: *International Journal of Psychology*, 2003, v.38(6), p.390-400.
5. MARSHALL, G.N., WORTMAN, C.B., KUSULAS, J.W., HERVIG, L.K., VICKERS, R.R. Distinguishing optimism from pessimism: Relations to fundamental dimensions of mood and personality. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 1992, v.62(6), p.1067-1074.
6. PETERSON, C. The Future of Optimism. In: *American Psychologist*, 2000, v.55(1), p.44-55.
7. ВОЗНЕСЕНСЬКА, О.Л. Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента. В: *Генеza буття особистості: Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 19-20 грудня 2011 р. Київ: ГП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011, том II в, с.18-25.*
8. ВОЗНЕСЕНСЬКА, О.Л., СИДОРКІНА, М.Ю. *Арт-терапія в подоланні психічної травми: Практичний посібник. Вид. 2-е: випр. и доповн. Київ: Золоті ворота, 2016. ISBN 978-966-97485-3-9*
9. ЕЛИСЕЕВ, О.П. Локус контроля. В: Елисеев О.П. *Практикум по психологии личности*. Санкт-Петербург: Питер, 2010, с.413-417. ISBN 978-5-49807-456-6.
10. КОРНИЛОВА, Т. В. Новый опросник толерантности-интолерантности к неопределенности. В: *Психологический журнал*, 2010, т.31, №1, с.74-86.
11. ГОРДЕЕВА, Т.О., СЫЧОВ, О.А., ОСИН, Е.Н. Разработка русскоязычной версии теста диспозиционного оптимизма. В: *Психологическая диагностика*, 2010, №2, с.36-64.

12. ЧЕРЕПОВСЬКА, Н.І. Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відео сприймання. В: Моляко В.О. *Збірник наукових праць Інституту психології АПН України «Актуальні проблеми психології»*, у 12 томах, т.12, вип.8. Житомир: Видавництво ЖДУ ім. В. Франка, 2009, с.318-325.
13. ВОЗНЕСЕНСЬКА О., СИДОРКІНА М. *Медіаторчість як складова сімейної медіаосвіти: використання ресурсів арт-терапії*. [Accesat 22.10.2013] Disponibil: [http://conf-hano.at.ua/load/statti/voznesevska\\_o\\_sidorkina\\_m\\_mediatorchist\\_jak\\_skladova\\_simejnoji\\_mediaosviti\\_vikoristannja\\_resursiv\\_art\\_terapiji/3-1-0-234](http://conf-hano.at.ua/load/statti/voznesevska_o_sidorkina_m_mediatorchist_jak_skladova_simejnoji_mediaosviti_vikoristannja_resursiv_art_terapiji/3-1-0-234)

**Date despre autor:**

**Olena VOZNESENSKA**, PhD. in Psychology, Senior staff scientist, Institute of Social and Political Psychology, National Academy of pedagogical sciences

**Email:** voznesevska@gmail.com

*Prezentat la 10.10.2018*