

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет психології
Кафедра соціальної роботи

На правах рукопису

Пальгуй Катерина Миколаївна

**«Медіаконтент як чинник підвищення рівня тривожності у
підлітків»**

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра соціальної роботи

Науковий керівник:
Асистент кафедри соціальної
роботи, Снігур Юлія Сергіївна

Допустити до захисту в ЕК

Кафедра соціальної роботи

Завідувач кафедри соціальної роботи

Кандидат соціологічних наук, доцент

Люта Леся Петрівна

Київ – 2025

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗВ’ЯЗКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА З ПСИХОЕМОЦІЙНИМ СТАНОМ ПІДЛІТКІВ	6
1.1. Соціально орієнтований медіаконтент: сутність та види.....	6
1.2. Підходи до визначення тривожності. Підлітковий період як критичний етап формування особистості.	9
1.3. Роль соціальної роботи у формуванні медіаграмотності та підтримці емоційного благополуччя підлітків.....	19
Висновки до першого розділу.....	22
РОЗДІЛ II. ПРОВЕДЕННЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ’ЯЗКУ ХАРАКТЕРУ МЕДІАКОНТЕНТУ І РІВНЯ ТРИВОЖНОСТІ ПІДЛІТКІВ ...	24
2.1. Методологія та опис емпіричного дослідження	24
2.2. Інтерпритація результатів емпіричного дослідження	31
Висновки до другого розділу	45
РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО–ПРОФІЛАКТИЧНОЇ ПРОГРАМИ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ПІДЛІТКІВ	47
3.1. Проведення профілактичного заходу в роботі з підлітками щодо зниження тривожності, пов’язаної з медіавпливом.....	47
3.2. Результати апробації профілактичного заходу як засобу зниження рівня тривожності, викликаної медіавпливом.....	53
3.3. Практичні рекомендації соціальним працівникам і батькам щодо збереження психоемоційного благополуччя підлітків в умовах інформаційного впливу	56
Висновки до третього розділу.....	60
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ	69

ВСТУП

У даній роботі розглядається зв'язок соціально орієнтованого медіаконтенту з психоемоційним станом підлітків, оскільки дослідження такого явища набуває неабиякого значення у сучасному світі, в якому важливе місце для суспільства, в особливості для підлітків, посідає інформаційне середовище. Медіапростір відкриває перед людиною безліч можливостей для саморозвитку, комунікації та пізнання навколишнього середовища. Проте одночасно з цим він може створювати певні виклики, що здатні чинити відчутний вплив на емоційний стан особистості та її психічне здоров'я. Соціально орієнтований медіаконтент, що сприяє загальній обізнаності, поширює моральні цінності та відповідальне ставлення до суспільно важливих питань і проблем, зазвичай позитивно впливає на наш стан, однак у деяких випадках можна отримати і зворотній ефект. А саме мова йде про, наприклад, ідеалізовані образи успіху чи надмірне зосередження на соціальних проблемах, які можуть викликати відчуття тривожності чи знижувати самооцінку. Виходячи з цього, важлива роль покладається на діяльність соціальних працівників, що взаємодіють з підлітковою категорією осіб, аби підтримувати їх психологічне благополуччя, допомагати критично оцінювати інформацію, яку вони споживають, та вчасно розпізнавати можливі ризики.

Підлітковий вік є критичним періодом у розвитку особистості, оскільки протягом нього формуються базові соціальні, емоційні та когнітивні навички, і в цей час особливо важливо забезпечити умови для гармонійного розвитку, зокрема, шляхом зменшення впливу негативних факторів. Соціально орієнтований медіаконтент може бути як джерелом підтримки, так і фактором ризику для психоемоційного стану підлітків. Цей вплив визначається як змістом контенту, який засвоюється підлітком, так і здатністю самої людини критично оцінювати інформацію.

Ми вважаємо, що дана проблема потребує особливої уваги в умовах зростання популярності соціальних мереж, які стали не лише платформою для розваг, а й місцем для обговорення важливих соціальних питань, тому для

соціальних працівників важливо розуміти механізми цього зв'язку, щоб розробляти ефективні стратегії підтримки підлітків .

Вивчення даного зв'язку також надзвичайно важливе для розробки практичних рекомендацій, спрямованих на профілактику негативних наслідків, наприклад, це може включати освітні програми з медіаграмотності та заходи з психологічної підтримки. У даному контексті соціальна робота має великий потенціал для впливу на молодь, пропонуючи не лише практичну допомогу, але й сприяючи розвитку критичного мислення та соціальної стійкості.

Виходячи із вищезазначеного, ми обрали тему дипломної роботи “Медіаконтент як чинник підвищення рівня тривожності у підлітків”.

Мета: Виявити особливості взаємозв'язку між споживанням медіаконтенту та рівнем тривожності підлітків та розробити практичні рекомендації щодо соціально–психологічної підтримки в умовах сучасного інформаційного середовища.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати наукові джерела щодо ролі інформаційного середовища в житті підлітків та особливостей соціально орієнтованого медіаконтенту.
2. Провести емпіричне дослідження зв'язку між характером споживаного медіаконтенту та рівнем тривожності підлітків.
3. Розробити практичні рекомендації для соціальних працівників з урахуванням виявлених тенденцій.

Об'єкт: Особливості впливу медіаконтенту на рівень тривожності у підлітків.

Предмет: Рівень тривожності підлітків у контексті взаємодії з медіаконтентом.

Гіпотеза дослідження – існує зв'язок між характером споживаного медіаконтенту та рівнем тривожності у підлітків. Тимчасове обмеження

споживання негативного медіаконтенту сприятиме зниженню рівня тривожності у підлітків.

Методи дослідження:

- **Теоретичні:** аналіз та систематизація, класифікація та конкретизація літератури; узагальнення та порівняння теоретичних та експериментальних даних; формування висновків.
- **Емпіричні:** використання авторського опитувальника оцінки психоемоційних реакцій підлітків на медіаконтент; використання шкали реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілберга – Ю.Л. Ханіна.
- Математико–статистичні методи обробки даних.

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 40 найменувань, 4 таблиць та 5 додатків. Обсяг роботи складає 80 сторінок, з яких основного тексту 65 сторінок.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗВ'ЯЗКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА З ПСИХОЕМОЦІЙНИМ СТАНОМ ПІДЛІТКІВ

1.1. Соціально орієнтований медіаконтент: сутність та види

У сучасному світі кожен з нас постійно стикається з величезною кількістю інформації, а соціальні мережі, новини, блоги наповнені різноманітними видами медіаконтенту, які впливають на наші думки, почуття та навіть світогляд. Особливо значним даний вплив є для підлітків, адже саме в цьому віці людина формується як особистість та знаходиться в пошуку своїх цінностей та орієнтирів. Тому те, який контент вони споживають, може сильно вплинути на їх емоційний стан, самооцінку чи сприйняття світу.

Соціально орієнтований медіаконтент передбачає інформацію, спрямовану на підтримку соціальних ініціатив, сприяння позитивним змінам у суспільстві та підвищення рівня обізнаності з важливих питань, він включає освітній, просвітницький, мотиваційний та психологічно підтримуючий контент. Але водночас, у сучасних реаліях значна частина інформаційного простору наповнена контентом, що може викликати негативні емоції, стрес та тривогу, що є особливо небезпечним для психоемоційного стану особистості, зокрема для підлітків [17].

Однак, зв'язок між соціально орієнтованим медіаконтентом та психоемоційним станом особистості залишається недостатньо вивченим, тому існує потреба в глибшому аналізі його сутності та видів. Дослідження даного явища дозволить не лише розкрити особливості впливу контенту, але й стане основою для розробки ефективних соціальних та освітніх стратегій, спрямованих на підтримку підлітків у сучасному інформаційному просторі.

Термін “контент” походить від англійського слова *content*, яке у буквальному перекладі означає “вміст” або “зміст”. У сучасному контексті цей термін набув значно ширшого значення та використовується для позначення будь-якої інформації, яку створюють, поширюють та споживають за допомогою різних медіа-платформ. Контент – це інформація, яка може набувати різних форм: текстів, зображень, відео, аудіо, інфографік.

Особливістю контенту є його здатність залучати аудиторію, формувати інтерес, викликати емоції та стимулювати дії. Крім того, контент виступає засобом маніпуляції увагою: у світі, де існує безліч джерел інформації, контент створюється з урахуванням психологічних, культурних і соціальних особливостей аудиторії, щоб максимально вплинути на її поведінку чи думки [38].

Медіаконтент являє собою значиме наповнення цифрових платформ, яке об'єднує різноманітні формати подання інформації, такі як текст, графіка, аудіо чи відео. Його основною метою є задоволення соціальних, інформаційних та емоційних потреб людини. На сьогоднішній день медіаконтент є важливою складовою сучасної культури, освіти, політики, економіки, виконуючи функцію не лише інформування, але й активної комунікації [20].

Аналіз даних свідчить, що молодь, а саме підлітки, є однією з найактивніших категорій споживачів медіаконтенту. Її цінності, мотиви та уподобання значною мірою впливають на формування світогляду. Зважаючи на це, створення медіаконтенту має орієнтуватися на потреби та очікування даної аудиторії [30].

Різні види контенту відрізняються за способом подання інформації, сприйняттям і можливими наслідками для психоемоційного стану підлітків. Проаналізувавши наукові дослідження в даній сфері, можна виділити чотири основні форми медіаконтенту: візуальний, аудіальний, вербальний та змішаний [13].

Візуальний контент охоплює всі форми подання інформації, які людина сприймає за допомогою зору. Це один із найпотужніших засобів комунікації, адже за дослідженням психологів, близько 80% всієї інформації про навколишній світ людина отримує саме через зоровий канал. Візуальний контент швидко передає інформацію та легко запам'ятовується, що робить його особливо ефективним у впливі на аудиторію. Серед основних видів візуального контенту можна виділити фотографії, зображення та відео – це

емоційно насичені візуальні елементи, які можуть викликати як позитивні, так і негативні реакції. Наприклад, зображення або відео руйнувань чи військових дій можуть сприяти розвитку тривожності [40].

Аудіальний медіаконтент сприймається за допомогою слуху та є важливим інструментом впливу на свідомість, слухові образи можуть глибше проникати в емоційну сферу, впливаючи на настрій та навіть поведінкові реакції. До основних видів аудіоконтенту належить музика, яка викликає широкий спектр емоцій: від радості до смутку чи агресії. Деякі музичні жанри, наприклад, ті, що містять насильницькі чи депресивні мотиви, можуть провокувати негативні психоемоційні стани у підлітків. Аудіокниги чи підкасти є важливим джерелом інформації та рефлексії, наприклад, підкасти про ментальне здоров'я можуть сприяти кращому розумінню власного емоційного стану. Радіопередачі та аудіоверсії новин також можуть впливати на рівень тривожності та загальне відчуття безпеки [40].

Вербальний медіаконтент передбачає текстове передавання інформації у різних форматах. Його особливість полягає в тому, що сприйняття такого контенту вимагає активного включення когнітивних процесів – аналізу, рефлексії та осмислення. Серед основних видів такого контенту можна виділити блогінг та соціальні мережі – це один із найбільш поширених форматів, де молодь активно взаємодіє з інформацією. Блоги, які містять мотиваційний чи навчальний контент, можуть позитивно впливати на розвиток особистості, у той час як токсичні дискусії та негативні коментарі можуть провокувати тривожність і невпевненість у собі. Новинні статті та публіцистика є важливим джерелом інформації, проте через велику кількість маніпулятивного контенту може спричиняти панічні настрої [25].

Змішаний медіаконтент поєднує в собі візуальні, аудіальні та текстові елементи, що робить його найефективнішим засобом комунікації. Завдяки комплексному підходу він здатен викликати сильні емоційні реакції та впливати на формування суспільної думки. До такого контенту належать вебінари, онлайн–конференції, які поєднують відео, аудіо та текстовий

супровід, що забезпечує ефективне засвоєння інформації, також це можуть бути відеоролики та прямі ефіри, що дозволяють миттєво реагувати на події та викликати емоційну залученість [40].

У дослідженні важливо зосередитись на значенні характеру споживаного контенту в медіа та соціальних мережах, оскільки він може значно впливати на психічне здоров'я підлітків, зокрема на рівень тривожності, який буде детальніше розглянуто у наступних пунктах даного розділу. Крім того, шкідливий контент може сприяти розвитку девіантної поведінки, підштовхуючи підлітків до ризикованих вчинків або до формування негативних соціальних норм.

1.2. Підходи до визначення тривожності. Підлітковий період як критичний етап формування особистості.

Проблема тривожності давно привертає увагу наукової спільноти, як в Україні, так і за кордоном. Серед тих, хто зробив значний внесок у розуміння цього феномена, – Зигмунд Фройд, Карен Хорні, Еріх Фромм, Ролло Мей, Чарльз Спілбергер, Ганс Айзенк, Карл Роджерс, Гаррі Салліван, а також багато інших дослідників, які розглядали тривожність як багатогранне психологічне явище. У наукових працях розкрито різні підходи до вивчення чинників виникнення особистісної тривожності. Зокрема, дослідники аналізували, як індивідуальні особливості, соціальне середовище, дитячий досвід та міжособистісні взаємини впливають на схильність до тривожних реакцій. Окремий напрям досліджень присвячено віковим аспектам тривожності, зокрема її проявам у підлітковому та юнацькому віці. Саме в цей період життя людина переживає глибокі внутрішні зміни, що супроводжуються емоційною нестабільністю та посиленою чутливістю до соціальних впливів [16].

У результаті аналізу наукових джерел можна виокремити кілька ключових підходів до розуміння природи тривоги й тривожності. Так, один із засновників психоаналізу Зигмунд Фройд розглядав тривожність як реакцію особистості на внутрішній конфлікт між біологічними потягами та зовнішніми

соціальними обмеженнями. На його думку, саме це протиріччя часто стає причиною неврозів. Він також зазначав, що тривога виникає в ситуаціях, коли людина очікує загрозу або важливу подію, не маючи чітких орієнтирів щодо джерела небезпеки чи обставин, у яких вона відбудеться. У таких випадках тривожність проявляється через внутрішнє напруження, відчуття загрози, передчуття негативних наслідків і соматичні (тілесні) реакції [24].

Згідно з індивідуальною психологією Альфреда Адлера, тривога також відіграє центральну роль у виникненні неврозів. Її джерелом можуть бути негативні соціальні переживання або ситуації, коли особа не змогла досягти бажаного результату через свої індивідуальні особливості. Така тривожність має соціально-психологічне підґрунтя і може мати гальмівний вплив на розвиток особистості [24].

Карен Хорні наголошувала, що першопричиною тривожності є не біологічні інстинкти, а порушення міжособистісних стосунків. На її думку, тривога формується на ґрунті соціального відчуження та недовіри до людей, що особливо гостро переживається в дитинстві. Якщо дитина не отримує схвалення чи підтримки з боку батьків, це може стати основою для хронічної тривожності в дорослому віці. У цьому сенсі тривога постає як наслідок соціальних обставин і факторів, що перешкоджають самореалізації людини та розвитку її внутрішнього потенціалу [18].

Соціальний філософ і психолог Еріх Фромм розглядав тривожність у ширшому історико-культурному контексті. Він стверджував, що розвиток капіталістичного суспільства призвів до поступового розпаду традиційних соціальних зв'язків. Людина, яка стала незалежною і «вільною» від колективу, водночас втратила почуття приналежності, що породжує глибоке відчуття самотності, ізоляції та екзистенційної тривоги. Таким чином, тривожність Фромм пов'язував із соціально-історичними процесами та кризами ідентичності сучасної людини [24].

Аналіз наукової літератури свідчить про тісний взаємозв'язок між поняттями «тривога» та «тривожність». Так, Чарльз Спілбергер визначав

тривогу як емоційний стан, що виникає у відповідь на ситуації небезпеки, невизначеності чи потенційної загрози. Цей стан супроводжується внутрішнім напруженням і передчуттям негативного розвитку подій. Якщо такі переживання виникають часто, вони можуть перетворитися на стійку особистісну якість – тривожність. У такому випадку йдеться вже не про ситуативну реакцію, а про схильність особистості до постійного занепокоєння, очікування небезпеки, зниження почуття захищеності й зростання емоційної напруги в повсякденних ситуаціях. З часом така установка може сформуватися у диспозиційне утворення, тобто стійке особистісне ставлення до світу як такого, що є потенційно загрозливим [8].

У науковому дискурсі існує низка підходів до трактування причин виникнення тривоги й тривожності. Наприклад, деякі дослідники вважають, що спільною основою як страху, так і тривоги є переживання занепокоєння, яке виникає через відсутність відчуття безпеки. У цьому сенсі страх пов'язаний із чітко визначеним об'єктом загрози, а тривога – з невизначеними або потенційними небезпеками, які складно ідентифікувати, але які викликають глибокий емоційний відгук [26].

Карл Роджерс наголошував, що тривога з'являється тоді, коли особа стикається з досвідом, що не узгоджується з її уявленнями про себе або виходить за межі звичних когнітивних конструкцій. У таких ситуаціях виникає внутрішній конфлікт між Я-реальним і Я-ідеальним, що призводить до емоційного напруження і формування тривожності [9].

Підлітковий вік є важливим етапом у житті людини, який знаменує перехід від дитинства до дорослості. У цей період відбуваються значні зміни, що охоплюють різні аспекти розвитку особистості, зокрема, спостерігається інтенсивне формування інтелектуальних здібностей, розвиток абстрактного мислення, вдосконалення навичок аналізу та рефлексії. Окрім цього, підлітки переживають емоційні коливання, що зумовлено як біологічними (гормональними) змінами, так і соціальними чинниками [15].

Зростання рівня самосвідомості є однією з ключових особливостей цього вікового етапу. Підлітки починають глибше усвідомлювати власну особистість, аналізувати свої думки, переживання, прагнення, це також супроводжується підвищеною потребою у самоствердженні, пошуком власного місця у суспільстві, встановленням соціальних зв'язків, а також прагненням до незалежності. Формування особистості у підлітковому віці є багатограним процесом, який досліджується науковцями вже протягом тривалого часу. Увага до даного вікового періоду обумовлена його значущістю для подальшого розвитку людини, оскільки саме в цей час закладаються основи майбутнього світогляду, цінностей, життєвих орієнтирів та моделей поведінки. Такі зміни вважаються природними та необхідними для розвитку особистості [15].

З іншого боку, існує точка зору, згідно з якою підлітковий період розглядається як кризовий етап, що супроводжується емоційними труднощами. У цей час можуть проявлятися негативні психологічні стани, такі як пригніченість, страх, тривожність і навіть депресія, а внутрішні конфлікти, нестабільність емоційного фону та підвищена вразливість до зовнішніх впливів можуть спричиняти труднощі в адаптації до змін. Крім того, у підлітків нерідко зростає схильність до імпульсивної або ризикованої поведінки, оскільки можуть виникати бажання випробувати нові відчуття, довести свою самостійність чи вписатися у соціальне середовище, які, у свою чергу, спонукають їх до вчинків, що несуть потенційну небезпеку. Це також пов'язано з емоційною нестабільністю та прагненням отримати новий досвід [8].

Підлітки є особливо вразливою групою, коли йдеться про медіавплив. У цей період розвитку мозок переживає низку змін: ділянки, відповідальні за соціальне схвалення та зворотний зв'язок, стають надзвичайно чутливими, тоді як області, що регулюють самоконтроль, ще не до кінця сформовані. Це явище може призвести до емоційної нестабільності, особливо в умовах постійного прагнення до онлайн-схвалення, яке часто базується на кількості

вподобайок чи переглядів. За словами клінічної психологині Мері Енн Маккейб, підлітки природно шукають схвалення однолітків, і соціальні мережі є інструментом для реалізації цієї потреби. Однак, прагнучи соціального контакту, вони можуть випадково зануритись у шкідливий або травматичний контент [1].

Таким чином, підлітковий період характеризується не лише інтенсивними змінами в емоційному та когнітивному розвитку, але й підвищеною чутливістю до зовнішніх стимулів. Внаслідок гормональних коливань, пошуку власної ідентичності та нестабільності емоцій, підлітки є особливо сприйнятливими та вразливими до інформаційного впливу, оскільки у них ще не до кінця сформовані критичне мислення та здатність аналізувати та оцінювати достовірність отриманої інформації. Це створює сприятливі умови для маніпулятивного впливу, коли молодь легко піддається дезінформації, пропаганді чи контенту, який викликає сильні емоційні реакції. Варто зазначити, що особливо небезпечним даний вплив став в умовах війни, оскільки інформаційний простір ще більше наповнився суперечливими та шокуючими матеріалами, що підсилюють емоційне напруження та дезорієнтацію, роблячи вразливих підлітків ще більш схильними до його негативного впливу.

Шкідливий контент в медіапросторі, особливо в інтернеті, є серйозною загрозою для психоемоційного здоров'я суспільства, зокрема серед підлітків, оскільки такий контент може викликати різноманітні негативні емоції, що сприяють розвитку тривожності, стресу або навіть депресивних станів, і впливати на прийняття ризикованих рішень, які мають довгострокові наслідки для фізичного та психічного здоров'я [11].

Однією з причин занепокоєння щодо впливу соціальних мереж на психічне здоров'я молоді є надмірне використання платформ, а також небезпечний контент, з яким стикаються підлітки. Незважаючи на зусилля з боку вихователів і технологічних компаній щодо фільтрації проблемних матеріалів, підлітки все ще мають доступ до дезінформації та контенту, який

пропагує небезпечну поведінку, зокрема розлади харчової поведінки та самоушкодження [36].

Особливо загострилася ця проблема під час пандемії, коли діти більше часу проводили вдома та онлайн. Спеціалісти, як-от психотерапевтка Маккейб, зазначають зростання кількості підлітків із діагнозами розладів харчової поведінки. Часто цей процес починався з перегляду невинного контенту – наприклад, відео з вправами. Проте алгоритми соціальних мереж підхоплювали інтерес користувача й починали масово пропонувати матеріали, пов'язані з тілом, вагою та дієтами. У підсумку це створювало своєрідну ситуацію, яка підсилювала тривожність і сприяла розвитку патологічної поведінки. Частина підлітків прямо пов'язує свій розлад харчової поведінки з переглядом подібного контенту в мережі [10].

Окрім цього, підлітки, які бачать у соцмережах сцени вживання алкоголю або самоушкодження, частіше починають наслідувати таку поведінку. Наприклад, дослідження серед старшокласників показало, що ті, хто бачив, як однолітки вживають алкоголь у соцмережах, з більшою ймовірністю самі починали вживати його протягом наступного року, навіть якщо враховувалися інші фактори ризику.

Кібербулінг – ще одна критично важлива проблема. Онлайн-залякування і переслідування можуть завдати не меншої, а іноді й більшої шкоди, ніж традиційне булінгове середовище. Відомо, що кібербулінг підвищує ризик психологічних проблем як у жертв, так і у самих агресорів.

Дослідження показують, що певні види медіаконтенту можуть провокувати агресивну поведінку, нормалізацію насильства, ризиковану поведінку (наприклад, небезпечні челенджі), а також сприяти романтизації кримінальних дій або психологічного насильства. Соціальні мережі, відеоплатформи та навіть кіно- й телевізійна продукція нерідко транслюють меседжі, які підлітки можуть сприймати як модель для наслідування, що призводить до викривлення соціальних норм і формування небажаних поведінкових моделей [28].

Згідно з дослідженням, проведеним Youth Endowment Fund, близько чверті підлітків у Англії та Уельсі стикаються з насильницьким контентом у соціальних мережах, що призводить до підвищення рівня страху та уникання виходу на вулицю, зокрема, платформи TikTok та X (колишній Twitter) є найбільш поширеними джерелами такого контенту. Дослідження також виявило, що близько 330 000 підлітків зізналися у впливі такого контенту на їхню участь у насильницьких інцидентах [12].

Проблема зв'язку між медіаконтентом та психоемоційним станом підлітків є предметом численних наукових дискусій, проте, незважаючи на зростаючу увагу до даного питання, воно досі залишається недостатньо вивченим. Дослідження показують, що агресивні та асоціальні моделі поведінки можуть засвоюватися як через безпосередню участь у подібних ситуаціях, так і через спостереження за ними – у реальному житті чи за допомогою медіа. Деякі фахівці та представники медіаіндустрії вважають, що демонстрація деструктивної поведінки у ЗМІ має мінімальний вплив на аудиторію. Низка досліджень навіть вказують на те, що споживання агресивного контенту може слугувати своєрідним механізмом катарсису, допомагаючи глядачам вивільнити негативні емоції, що потенційно зменшує їх схильність до агресивних дій у реальному житті. Водночас значна частина науковців дотримується іншої точки зору, підкреслюючи, що постійний вплив сцен насильства та асоціальної поведінки через засоби масової інформації може сприяти викривленню моральних орієнтирів, особливо у підлітків. Дослідження показують, що споживання контенту з агресивними сценами може сприяти формуванню уявлення про насильство як допустиму форму поведінки у міжособистісних стосунках [33].

Окремі емпіричні дослідження вказують на можливий зв'язок між поширенням телебачення та зростанням рівня злочинності. Так, аналіз, проведений W. Josephson у США, виявив, що після масового розповсюдження телевізорів у деяких містах спостерігалось зростання випадків крадіжок. Це

дає підстави припустити, що медіа можуть не лише відображати соціальні реалії, а й певною мірою їх формувати [4].

Дослідник L. Berkowitz виділяє кілька ключових аспектів впливу медіа на поведінку людей:

- демонстрація агресивної поведінки у ЗМІ може підвищувати ймовірність того, що аудиторія переймає ці моделі поведінки;
- враховуючи широке охоплення аудиторії, цей вплив не можна назвати незначним [3].

Сучасні дослідження підтверджують, що засоби масової інформації можуть відігравати роль у формуванні злочинної поведінки, проте цей вплив є багатофакторним і на його прояв впливають біологічні, психологічні, соціальні та ситуативні аспекти. Таким чином, проблема впливу медіа на девіантну поведінку залишається відкритою, а її дослідження вимагає комплексного підходу [33].

У даній темі важливим є поняття “медіанасильство”, яке використовують для позначення деяких видів контенту, що зображують насильницькі сцени, включаючи фізичне, озброєне насильство, насильство проти злочинців та інші форми жорстоких дій. Важливо зазначити, що медіанасильство також включає психологічний вплив, зокрема погрози, публічне приниження та інші форми психологічного насильства. Вплив таких сцен на психоемоційний стан є предметом численних наукових досліджень, починаючи з 1920–х років. Різні теорії намагаються пояснити механізм, через який медіанасильство впливає на розвиток особистості. Основні наслідки включають схильність до імітації насильства, агресивність, а також почуття страху і тривоги. Також, є численні дослідження, що показують, що зображення насильства у медіа може призвести до імітації цих дій, особливо у підлітків, зокрема вони можуть імітувати певну форму взаємодії між групами однолітків, що часто зображується, наприклад, у серіалах. Водночас, такі дослідження вказують, що вплив медіанасильства на делінквентну поведінку не є настільки прямим і не завжди призводить до порушення закону [34].

Негативний контент, який має руйнівний вплив на особистість, існував завжди, однак в умовах війни його масштаби та наслідки значно посилились. російська пропаганда та спецслужби активно використовують цифрові платформи для поширення матеріалів, які підбурюють до правопорушень і диверсій. Особливо небезпечним є контент, спрямований на вербування молоді для здійснення незаконних дій, зокрема сюди відносяться часті випадки підпалів автомобілів Збройних Сил України та будівель територіальних центрів комплектування. Внаслідок подібного контенту підлітки стають жертвами таких схем, що може призвести до серйозних правових та психологічних наслідків [32].

У сучасному інформаційному просторі також стрімко поширюються й небезпечні онлайн-челенджі і так звані “групи смерті”, через які підлітки вдаються до ризикованої поведінки, що несе загрозу для їх здоров’я та життя, і оскільки доступ до такого виду контенту має кожен підліток, який користується інтернетом, дана проблема набуває більших масштабів та актуальності. “Групи смерті” – це закриті онлайн-спільноти, які використовують психологічні маніпуляції, аби залучити молоде покоління до виконання серії небезпечних завдань, суть яких полягає у моральному тиску, самопошкодженні чи навіть доводить до суїциду. Час від часу у соціальних мережах поширюються й суїцидальні челенджі серед підлітків, одним з яких був такий, що закликав до скоєння самогубства 3 березня 2021 року, що набув у той період значного розголосу. Такі тенденції є особливо небезпечними, оскільки нормалізують деструктивну поведінку та формують хибне переконання про відсутність виходу з кризових ситуацій.

Кримінологиня Анна Маляр у своєму інтерв’ю звертає увагу на роль інтернету у формування деяких переконань, зокрема серед дітей і підлітків. Вона розповідає, що отримала інформацію від 14-річної дівчини, яка серйозно сприйняла поширену в TikTok інформацію про те, що 3 березня – день, коли можна скоїти самогубство підліткам, які мають складнощі у житті. Маляр зазначає, що схожі явища можуть бути як невдалим жартом, так і навмисною

маніпуляцією. За її словами більшість дітей можуть не сприйняти дану інформацію серйозно, проте вже ж знайдуться і ті, хто через вразливий психоемоційний стан та складні обставини у родині чи школі можуть поставитися до подібного контенту як до прямого заклику до дії. Вона підкреслює, що однією з важливих складових профілактики суїцидальної поведінки є критичне мислення, навички перевірки інформації та загальний рівень ерудиції, оскільки частина випадків самогубств сталася з підлітками, які не аналізували отриману інформацію, а сприймали її буквально, як “трирічні діти” [19].

На сьогоднішній день шириться країною небезпечна гра “Двері розуму”, яка є дуже популярною у соціальних мережах серед дітей: під час гри підлітка вводять в трансподібний, гіпнотичний стан. Серед фізичних наслідків даного челенджу є порушення кровообігу та спазми, підвищення тиску, головний біль, запаморочення, можливий навіть інсульт. Також є психічні (нічні кошмари, розвиток психозу, панічні атаки та тривожність) та соціально-поведінкові ризики (замкнутість, нервозність, дратівливість та вчинення небезпечних дій або злочинів) [31].

Окрему загрозу в цифровому просторі становить реклама азартних ігор та онлайн-казино, які пропонують “безпрограшні” бонуси, швидкий зарібок, що особливо приваблює осіб підліткового віку ілюзією легкого збагачення. Однак під впливом подібного контенту підлітки можуть втратити контроль над власною поведінкою та розвинути ігрову залежність (лудоманію). Постійне прагнення виграти, віра у можливість відігратися після програшу та відчуття ейфорії від випадкового успіху формують психологічну прив’язаність до азартних ігор, що призводить не лише до фінансових втрат, а й до соціальних та емоційних проблем, зокрема зниження академічної успішності, конфліктів у родині, емоційного виснаження та навіть депресивних станів [23].

Медіаконтент є потужним інструментом, що може як підтримувати психоемоційне благополуччя підлітків, так і спричиняти негативні наслідки,

зокрема, підвищувати рівень тривожності. З огляду на це, важливо формувати усвідомлене споживання інформації та розвивати навички медіаграмотності. Соціальні працівники мають допомагати підліткам навчитися критично оцінювати контент, контролювати його вплив на власний емоційний стан та обирати інформацію, що сприятиме їхньому розвитку та психологічному благополуччю.

1.3. Роль соціальної роботи у формуванні медіаграмотності та підтримці емоційного благополуччя підлітків

На сьогоднішній день інтернет став невід'ємною частиною життя підлітків, відкриваючи перед ними широкі можливості для спілкування, навчання, розваг чи розвитку. Водночас усе частіше звучать занепокоєння щодо його впливу, адже цифровий простір може не лише позитивно збагачувати, а й завдавати шкоди.

У цій ситуації соціальні працівники відіграють ключову роль у попередженні негативних наслідків. Їх зусилля спрямовані на те, щоб допомогти підліткам розвивати критичне мислення, зберігати емоційну рівновагу та формувати здорові стосунки в цифровому середовищі.

Аби запобігти негативним наслідкам, які спричинені впливом медіаконтенту, соціальні працівники активно застосовують превентивні методи. Як зазначають дослідники, превентивна діяльність – це комплекс заходів, спрямованих на випередження проблеми або мінімізацію її наслідків ще до того, як вона виникне. Тобто це певна стратегія, що допомагає зберегти психологічне благополуччя та підтримати позитивний розвиток особистості. Превентивна робота може включати освітні програми, тренінги, індивідуальні консультації, розробку політик і стратегій, спрямованих на підтримку психоемоційного стану підлітків [37].

Соціальна робота є важливою сферою, де превентивна діяльність допомагає зменшити негативний вплив цифрового середовища та сприяє гармонійному розвитку молоді в сучасному світі [39].

Одним із ключових напрямів превентивної діяльності соціального працівника у запобіганні формуванню агресивності серед підлітків під впливом інтернет-контенту є просвітницька робота. Важливо не просто забороняти чи обмежувати доступ до інформації, а навчати підлітків та їх батьків свідомо підходити до цифрового середовища. Соціальні працівники мають проводити тренінги, лекції та семінари, де пояснюватимуть, як розпізнавати потенційно шкідливий контент, уникати небезпек під час спілкування в мережі та зберігати емоційний баланс під час користування соцмережами. Зокрема, вони мають інформувати про онлайн-небезпеку та методи захисту від негативного впливу медіаконтенту. Окрему увагу соціальні працівники приділяють розвитку критичного мислення, адже здатність аналізувати інформацію допомагає підліткам уникати деструктивного контенту та контролювати власну поведінку в мережі [14].

Другий важливий напрямок превентивної роботи стосується психологічного супроводу підлітків. Соціальні працівники допомагають їм усвідомлювати свої емоції, розуміти причини агресивних проявів і знаходити здорові способи вираження своїх почуттів. В умовах сучасного цифрового світу агресія може виникати не лише через особисті переживання, а й під впливом контенту, що романтизує насильство чи сприяє конфліктній поведінці. Для підтримки емоційної рівноваги соціальні працівники застосовують різні форми роботи: індивідуальні консультації, групові заняття, тренінги з розвитку соціальних навичок. Вони навчають дітей конструктивно висловлювати думки та почуття та знаходити вихід із конфліктних ситуацій без агресії та вибудовувати здорові стосунки з однолітками [22].

Ще одним важливим напрямом роботи соціальних працівників є співпраця з батьками та освітніми закладами. Виховання цифрової культури неможливе без підтримки дорослих, які відіграють ключову роль у формуванні здорового ставлення підлітків до інтернет-простору [29].

Соціальні працівники організують зустрічі, консультації та тренінги для батьків, де розглядають питання безпечного користування Інтернетом,

впливу медіаконтенту на психоемоційний стан дітей, а також дієві методи профілактики агресивної поведінки. Такі заходи допомагають дорослим краще розуміти, з якими труднощами стикаються їх діти в цифровому просторі та навчитися підтримувати їх у безпечному користуванні технологіями.

Крім того, соціальні працівники активно співпрацюють із вчителями та шкільними психологами, надаючи їм методичну допомогу та консультації щодо роботи з підлітками. Завдяки спільним зусиллям батьків, педагогів і фахівців із соціальної роботи створюється комплексна система підтримки, яка допомагає попередити негативний вплив медіа та сприяє гармонійному розвитку підлітків [21].

Ще одним важливим аспектом превентивної діяльності є розвиток медіаграмотності серед підлітків, оскільки у сучасному світі, де інформаційний простір безперервний та часто неконтрольований, важливо навчити дітей аналізувати контент, відрізнити правдиву інформацію від фейків та розпізнавати маніпуляції [35].

Соціальні працівники проводять тренінги, розробляють навчальні матеріали та організують інтерактивні заняття, які допомагають підліткам усвідомлено споживати інформацію. Формування медіаграмотності не лише захищає їх від шкідливого контенту, а й сприяє розвитку критичного мислення, що є ключовим інструментом у протидії негативного впливу інтернету [35].

Ще один важливий напрям роботи – це співпраця з іншими фахівцями: психологами, правознавцями та правоохоронними органами. Об'єднання зусиль різних спеціалістів дозволяє ефективніше реагувати на випадки агресивної поведінки в інтернет-середовищі, такі як кібербулінг, онлайн-шахрайство чи насильницький контент [35].

Соціальні працівники можуть спільно з правоохоронцями працювати над виявленням та попередженням правопорушень серед підлітків в онлайн-просторі, а також допомагати жертвам кібербулінгу справлятися з наслідками емоційного стресу. Завдяки такій міждисциплінарній співпраці вдається

створити ефективну систему захисту підлітків від загроз цифрового світу та навчити їх відповідально ставитися до власної онлайн-активності [35].

Висновки до першого розділу

Сучасний цифровий простір має визначальний вплив на формування особистості підлітків, які перебувають у періоді пошуку власних життєвих орієнтирів. Інформаційний потік, що надходить з різних джерел – соціальних мереж, новин, блогів, відео та інших форматів, може як сприяти розвитку та розширенню кругозору, так і створювати серйозні ризики для психоемоційного стану. Особливо важливою є здатність медіаконтенту впливати на емоції, самооцінку та формування світогляду підлітків, що робить цей вплив ключовим чинником у процесі соціалізації.

З одного боку, соціально орієнтований медіаконтент, який спрямований на підтримку соціальних ініціатив, освіти, психологічну підтримку, може допомагати молоді знаходити правильні життєві цінності та формувати позитивні моделі поведінки. З іншого боку, широке розповсюдження шкідливого, агресивного та маніпулятивного контенту може викликати емоційний стрес, тривожність, депресивні стани, а також сприяти виникненню девіантної поведінки.

Особлива вразливість підлітків обумовлена як біологічними, так і соціальними чинниками: гормональні зміни, емоційна нестабільність, потреба у самоствердженні та пошуку спільноти роблять їх більш схильними до сприйняття та наслідування інформації, що надходить з цифрового простору. В умовах сучасних кризових ситуацій, таких як війна чи соціальні конфлікти, ці ризики посилюються через надмірне емоційне навантаження та дезінформацію, що поширюється за допомогою цифрових платформ.

Таким чином, для збереження психоемоційного здоров'я підлітків необхідно впроваджувати комплексні превентивні стратегії. Важливо розвивати медіаграмотність та критичне мислення, що дозволяє молоді усвідомлено аналізувати отриману інформацію, розпізнавати маніпуляції та

вибірково споживати контент. Соціальні працівники, педагогічні заклади, батьки та інші зацікавлені сторони повинні працювати в тісній взаємодії для створення безпечного цифрового середовища, яке сприятиме гармонійному розвитку молоді.

Водночас, необхідні подальші дослідження, що дозволять глибше розкрити механізми впливу різних видів медіаконтенту на підлітків та розробити ефективні методи профілактики негативних наслідків. Лише завдяки інтегрованому підходу, який включає інформаційну освіту, психологічну підтримку та міждисциплінарну співпрацю, можна забезпечити стійкість молоді до шкідливих впливів цифрової ери та сприяти формуванню відповідальної, критично мислячої та емоційно врівноваженої особистості.

РОЗДІЛ II. ПРОВЕДЕННЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ ХАРАКТЕРУ МЕДІАКОНТЕНТУ І РІВНЯ ТРИВОЖНОСТІ ПІДЛІТКІВ

2.1. Методологія та опис емпіричного дослідження

У ході теоретичного аналізу значення соціально орієнтованого медіаконтенту для психоемоційного стану підлітків, а також на основі вивчення наукових джерел, ми дійшли висновку, що надмірне споживання негативного медіаконтенту, особливо під час війни, є значущим чинником формування підвищеної тривожності серед підлітків.

Гіпотеза нашого емпіричного дослідження полягає в тому, існує зв'язок між характером споживаного медіаконтенту та рівнем тривожності у підлітків, а тимчасове обмеження споживання негативного медіаконтенту сприятиме зниженню рівня тривожності у підлітків.

Відтак, мета нашого дослідження – виявити особливості взаємозв'язку між споживанням медіаконтенту та рівнем тривожності підлітків та розробити практичні рекомендації щодо соціально–психологічної підтримки в умовах сучасного інформаційного середовища.

Дане дослідження проходило у чотири етапи:

Перший – теоретико-аналітичний – етап дослідження було присвячено вивченню наукових джерел, що стосуються проблеми впливу медіаконтенту на підвищення рівня тривожності у підлітків. У межах цього етапу було уточнено зміст основних понять, пов'язаних із феноменом підліткової тривожності та інформаційного впливу, а також здійснено добір відповідного методичного інструментарію для проведення емпіричної частини дослідження.

Нами були обрані наступні методи дослідження:

- авторський опитувальник оцінки психоемоційних реакцій підлітків на медіаконтент;
- шкала реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілберга – Ю.Л. Ханіна.

Другий етап (емпіричне дослідження). Ми сформували вибірку з числа підлітків віком 14–17 років, учнів Опорного закладу “Новоаврамівський ліцей” Хорольської міської ради Лубенського району Полтавської області, у кількості 52 осіб, серед яких 29 дівчат та 22 хлопці, та зробили тестування на платформі Google Forms.

Проведення дослідження зв’язку між соціально орієнтованим медіаконтентом та рівнем тривожності підлітків попередньо було погоджено з адміністрацією навчального закладу та здійснювалося у присутності шкільного психолога. Також воно вимагало дотримання ключових етичних принципів, зокрема забезпечення добровільної участі, конфіденційності отриманих даних та недопущення психологічного дискомфорту.

Оскільки цільовою групою дослідження були неповнолітні, особлива увага приділялася отриманню інформованої згоди, тому перед початком дослідження підлітки та їхні батьки отримали детальну інформацію про його мету, завдання та особливості проведення. Усі респонденти долучалися до опитування виключно на добровільних засадах та лише після ознайомлення з умовами участі могли стати учасниками дослідження. Це забезпечувало усвідомлений вибір респондентів та гарантувало їхнє право відмовитися від участі на будь-якому етапі без жодних негативних наслідків.

Ще одним важливим етичним аспектом стала конфіденційність та анонімність учасників. Усі отримані відповіді оброблялися у знеособленому вигляді, жодні персональні дані не збиралися і не використовувалися у подальших публікаціях, а результати дослідження застосовувалися виключно в науково–дослідницьких цілях, доступ до них мали лише дослідники, залучені до проєкту.

Оскільки дослідження зачіпало тему психоемоційного стану підлітків, особливу увагу приділили розробці опитувальника, щоб запитання не викликали у респондентів стресу чи негативних переживань. Формулювання були максимально нейтральними, а теми, які могли б травмувати або викликати занепокоєння, виключені. Крім того, учасникам наголошували, що

у разі виникнення емоційного напруження або запитань щодо теми дослідження вони можуть звернутися за підтримкою до шкільного психолога.

Зрештою, під час дослідження респондентам надавалася можливість у будь-який момент припинити участь без пояснення причин. Це дозволяло забезпечити повну добровільність залучення до процесу та створювало умови для комфортної участі підлітків у дослідженні. Таким чином, уся процедура була організована відповідно до етичних норм, що гарантувало безпеку, добровільність та повагу до прав і почуттів учасників.

Основними методами для збору емпіричного матеріалу на другому етапі дослідження було тестування з використанням авторського опитувальника оцінки психоемоційних реакцій підлітків на медіаконтент та шкали реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілберга – Ю.Л. Ханіна.

1) Проведення опитування з підлітками ми зосередили на основі чотирьох блоків з конкретних питань, які були розроблені з метою отримання детальної інформації про вплив соціально орієнтованого медіаконтенту на їх психоемоційний стан. Респондентам пропонували ряд питань, відповідно до кожного з яких вони мали вказати одну з відповідей («ніколи», «рідко», «іноді», «часто»).

Блок «Емоційна реактивність та агресивність» охоплює вісім тверджень, які дозволяють з'ясувати, наскільки контент у соціальних мережах може викликати гостру емоційну реакцію. Зокрема, увага акцентується на таких питаннях:

- Після перегляду деякого контенту я відчуваю роздратування;
- Я помічаю, що після соцмереж у мене з'являється злість;
- Після перегляду деяких відео мені хочеться різко висловлюватися;
- Мене легко вивести з себе після певного контенту;
- Я іноді уявляю, як відповідаю агресивно на побачене;
- Мені хочеться «висловити правду» у коментарях, навіть у грубій формі;
- Я вважаю, що деякі відео провокують агресію у глядачів;

- Я помічав/ла, що стаю агресивнішим/ою після перегляду окремих відео.

Мета цього блоку полягає у виявленні зв'язку між споживанням медіаконтенту та емоційною нестабільністю, що проявляється у формі дратівливості, злості, бажання конфліктувати або агресивно висловлюватися. Дослідження в цьому напрямі дозволяє зрозуміти, наскільки інтенсивно контент у соціальних мережах може провокувати агресивні думки, імпульсивні реакції або навіть ворожі дії щодо інших. Особливо це актуально у контексті інформаційного навантаження під час війни, коли рівень напруги і чутливості аудиторії є підвищеним. Отже, основна мета – оцінити, чи сприяє медіаконтент зростанню емоційної напруги та схильності до агресивної поведінки.

Тематика другого блоку – «Тривожність, страх та емоційна напруга» – зосереджена на шести питаннях, які дозволяють виявити прояви емоційної нестабільності, що виникає у відповідь на перегляд інформаційного контенту. Тут увага приділяється даним питанням:

- Деякий контент змушує мене відчувати неспокій;
- Після соцмереж важко заспокоїтися;
- Певний контент викликає у мене паніку або страх перед майбутнім;
- Я уникаю інформаційних відео, бо боюсь дізнатися щось тривожне;
- Я стикаюся з контентом, який, на мою думку, є тривожним або небезпечним;
- Я вірю, що медіа можуть викликати емоційні порушення (підвищена тривожність, часті занепокоєння, страх, паніка).

Цей блок має на меті дослідити, як медіаконтент впливає на внутрішній емоційний стан молодих людей, викликаючи тривожність, страх, занепокоєння або навіть панічні реакції. Це особливо важливо в умовах війни, коли інформаційне поле насичене тривожними повідомленнями, і користувачі постійно перебувають у стані очікування негативних новин. Визначення рівня тривоги допоможе зрозуміти, наскільки людина здатна регулювати свої емоції

після взаємодії з контентом, чи є в неї бажання уникати перегляду новин, і наскільки часте перебування в онлайн–середовищі впливає на її почуття безпеки та спокою. Також досліджується, чи сприймається медіаконтент як потенційне джерело емоційної загрози.

Наступна частина анкети присвячена емоційному виснаженню та загальному впливу контенту на стан людини. У цьому блоці зібрано п'ять запитань:

- Іноді я відчуваю емоційне виснаження після скролінгу контенту;
- Втрачаю інтерес до справ після тривалого перебування онлайн;
- Після соцмереж мені часто хочеться відпочити від усього;
- Мені здається, що все навколо стає «порожнім» після перегляду негативного контенту;
- Я часто думаю про побачене ще довго після перегляду.

Мета даного блоку – з'ясувати, наскільки тривале перебування у соціальних мережах або взаємодія з емоційно насиченим чи негативним контентом спричиняє емоційне виснаження, втому та апатію. У цьому контексті вивчається вплив онлайн–споживання інформації на загальний стан, здатність до концентрації, мотивацію до дій, бажання щось робити поза мережею. Цей блок також дозволяє виявити ознаки інформаційного перевантаження, коли після скролінгу користувач відчуває ментальну втому, пригнічення або навіть втрачає інтерес до повсякденного життя. Особлива увага приділяється тому, чи зберігається вплив побаченого контенту в пам'яті користувача та чи формує він тривалі емоційні переживання.

Завершальний блок – «Усвідомлення впливу контенту, уникнення та самооцінка» – складається з п'яти тверджень:

- Я намагаюся уникати певного контенту, бо він погіршує мій стан;
- Я здатен/здатна усвідомити, коли контент починає на мене впливати;
- Певний медіаконтент (новини, відео, публікації) негативно впливає на мій емоційний стан;

- Бували моменти, коли я порівнював себе з іншими користувачами і почувався гірше;
- Іноді мені здається, що я залежу від контенту, навіть якщо він мені шкодить.

Основна мета цього блоку – дослідити рівень саморефлексії користувачів щодо впливу медіа на їхній емоційний стан, а також вміння вчасно розпізнавати та уникати шкідливого або деструктивного контенту. Цей блок також аналізує, наскільки молодь критично ставиться до власного досвіду взаємодії з інформацією – чи здатна вона ідентифікувати зміст, що викликає дискомфорт, та зробити висновки про його вплив. Окрема увага приділяється питанню порівняння себе з іншими користувачами у соціальних мережах, що може негативно позначатися на самооцінці, формувати відчуття неповноцінності або фрустрацію. Також важливо оцінити потенційні ознаки залежності – коли, попри усвідомлення шкідливого впливу, людина все одно повертається до перегляду контенту. Блок дозволяє зробити висновки щодо рівня медіаграмотності, емоційної зрілості та здатності до самозахисту в інформаційному просторі.

2) Шкала реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д.Спілберга – Ю.Л. Ханіна.

Дана методика була розроблена Ч.Д.Спілбергом та адаптована Ю.Л. Ханіним. Цей інструмент є одним із найпоширеніших і надійних у психологічній діагностиці тривожності.

Методика дозволяє розрізнити два типи тривожності: реактивну (ситуативну), яка відображає тимчасовий емоційний стан людини у конкретний момент, та особистісну тривожність – тобто стабільну схильність до переживань і підвищеної тривожності як риси характеру.

Шкала реактивної тривожності містить 20 тверджень, які стосуються стану людини в даний момент. Наприклад, перше твердження «Я спокійний» людина має оцінити та обрати який варіант найбільш відповідний її стану зараз: «Ні, це не так», «Напевно так», «Так, вірно», «Дійсно вірно».

Шкала ситуативної тривожності також містить 20 тверджень, до кожного з яких людина має обрати один з варіантів «Ніколи», «Майже ніколи», «Часто», «Майже завжди» стосовно того як зазвичай вона себе почуває. У випадку реактивної тривожності оцінюється актуальний емоційний стан, тоді як шкала особистісної тривожності допомагає з'ясувати, наскільки часто людина відчуває тривогу у повсякденному житті.

Для визначення результатів, потрібно підрахувати показники реактивної та ситуативної тривожності окремо за формулами:

$$1. \text{ Реактивна тривожність} = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 50,$$

де $\Sigma 1$ – сума закреслених на бланку цифр за пунктами шкали 3, 4, 6, 7, 9, 12, 13, 14, 17, 18;

$\Sigma 2$ – сума інших закреслених цифр (пункти 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 16, 19, 20).

$$2. \text{ Особистісна тривожність} = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 35,$$

де $\Sigma 1$ – сума закреслених цифр на бланку за пунктами шкали 22, 23, 24, 25, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 40;

$\Sigma 2$ – сума інших цифр за пунктами 21, 26, 27, 30, 33, 36, 39.

Для інтерпретації результатів використовуються такі орієнтовані оцінки:

0–30 балів – низький рівень тривожності;

31–45 балів – помірний рівень тривожності;

вище 45 балів – високий рівень тривожності [6].

Після первинного вимірювання рівня тривожності було проведено двотижневий період інформаційного супроводу, під час якого підліткам надавалися рекомендації щодо зниження контакту з негативним медіаконтентом. Їх ознайомили з порадами щодо свідомого споживання інформації, зокрема – уникнення тривожних, деструктивних або надмірно емоційно насичених матеріалів у соціальних мережах, новинах, відео- й аудіоформатах. Також учасникам пропонувалося звертати увагу на власні

емоційні реакції, обирати більш нейтральні або позитивні джерела контенту та за бажанням фіксувати свої спостереження.

Після завершення цього періоду повторно було проведено вимірювання рівня тривожності з використанням тієї ж психодіагностичної методики (шкали Спілбергера – Ханіна). Це дозволило здійснити порівняльний аналіз отриманих результатів і простежити можливі зміни в емоційному стані підлітків за умови обмеження впливу негативного медіаконтенту.

Третій етап (аналітико–узагальнюючий): нами було проведено детальну обробку та аналіз результатів, отриманих у ході дослідження, а також інтерпритацію отриманих даних, що детальніше буде описано у другому пункті даного розділу.

Четвертий етап (апробація) – на основі результатів емпіричного дослідження було розроблено та апробовано профілактичну програму з соціально–психологічної підтримки психоемоційного стану підлітків, результати якої наведені у третьому розділі нашої роботи. План даного етапу дослідження передбачав послідовну реалізацію наступних пунктів:

1. Формування вибірки;
2. Проведення первинної діагностики;
3. Організація та здійснення формуючого (психокорекційного) впливу;
4. Проведення підсумкової діагностики;
5. Інтерпритація результатів дослідження.

2.2. Інтерпритація результатів емпіричного дослідження

Дана частина нашого дослідження направлена на аналіз та інтерпритацію результатів емпіричного дослідження зв'язку між соціально орієнтованим медіаконтентом та рівнем тривожності підлітків. До нашого дослідження було залучено 52 підлітки віком 14–17 років, учнів 9–11 класів Опорного закладу “Новоаврамівський ліцей” Хорольської міської ради Лубенського району Полтавської області.

Таблиця 2.1

Запитання	Варіанти відповіді	Кількість респондентів	Відсоток респондентів
Скільки часу Ви зазвичай проводите у соцмережах щодня?	Менше 1 години	3	5,8%
	1–2 години	4	7,7%
	3–4 години	13	25%
	Більше 4 годин	32	61,5%
Які платформи Ви використовуєте найчастіше? <i>(множинна відповідь)</i>	TikTok	39	75,0%
	Instagram	31	59,6%
	YouTube	26	50%
	Telegram	21	40,4%
	Facebook	4	7,7%
Який контент Вам трапляється/Ви переглядаєте найчастіше? <i>(множинна відповідь)</i>	Розважальний контент (меми, гумор)	34	65,4%
	Контент про війну, насильство, булінг	29	55,8%
	Новини	16	30,8%
	Блоги/влоги	15	28,8%
	Волонтерство, добрі вчинки	10	19,2%
	Освітній контент	9	17,3%

	Мотиваційні відео	8	15,4%
--	----------------------	---	-------

Аналізуючи медіаконтент, важливо розрізнати його типи та їхній вплив на емоційний стан молоді.

Меми та гумористичні відео характеризуються легкістю сприйняття та швидким поширенням (вірусністю). Підлітки звично сприймають їх як розвагу та засіб зняття напруги. Дослідження показують, що меми з гумористичною складовою здатні слугувати колективним механізмом подолання стресу: вони «впливають на об'єднання спільної ідентичності» та знижують напруженість, дозволяючи через гумор переосмислити неприємні ситуації. В умовах психологічних труднощів меми сприймаються вразливими підлітками як корисний спосіб «перетворити негативний досвід у щось кумедне» і створити відчуття підтримки серед однолітків [6]. Водночас деякі дослідники вказують на потенційний негативний бік: надмірний контакт з інтернет-мемами може бути пов'язаний із підвищенням ризику депресії [7]. Загалом же розважальний контент з гумором зазвичай знижує рівень тривоги та приносить емоційне полегшення.

Матеріали з графічними сценами війни, насильства чи шкільного булінгу належать до негативного типу контенту. Такий контент відрізняється високою емоційною напругою та часто провокує страх, тривогу і відчуття небезпеки. За даними досліджень, масове висвітлення війни й терору породжує «масову тривогу, страх, постійне відчуття загрози та безпорадності» і призводить до численних негативних наслідків для дітей і підлітків [2]. Водночас постійна присутність реальних жорстоких кадрів формує у підлітків високий рівень психологічного стресу і навіть посттравматичних симптомів. Контент про насильство або булінг часто викликає у молоді сильні негативні емоції – страх, сум, тривогу – та «спричиняє психологічні стресори, які потенційно посилюють симптоми тривожності» [6]. Крім того, підлітки, які стали жертвами булінгу, демонструють значне зростання тривожності,

депресії та безпорадності, тому матеріали про цькування можуть травмувати їх ще більше. Отже, контент із насильством, військовими діями чи булінгом зазвичай посилює тривожність, викликаючи емоційне виснаження та почуття загрози.

Новини – це актуальна інформація про суспільні та політичні події, але вони часто несуть негативні сили (війни, кризи, катастрофи). Підлітки сприймають новини як важливу, але часто тривожну складову медіа. 24-годинний цикл новин і стрімке поширення тривожних зображень можуть посилювати у молоді почуття невпевненості та тривоги. Згідно з літературою, постійне «експонування до стресових зображень і наративів» новин сприяє зростанню тривожності у підлітків [6]. Особливо це проявляється під час політичної нестабільності або надзвичайних ситуацій: поляризована інформаційна кампанія і дезінформація створюють невизначеність і посилюють тривогу. Таким чином, новинний контент, особливо негативно забарвлений, здатен підвищувати тривожність молоді через постійну присутність соціально значущих загроз.

Блоги (текстові щоденники чи статті) та влоги (відеощоденники) – це особистий контент відомих осіб або ровесників. Підлітки часто сприймають їх як більш «щирі» та близькі, ніж новини чи рекламу. Особистий досвід, який викладають блогери чи ютубери, може створювати в підлітків відчуття підтримки і співпричетності: перегляд влогів, де автори відкрито обговорюють труднощі, дає зрозуміти, що вони не самі з проблемами. Такий контент може знижувати тривожність, нормалізуючи переживання (наприклад, показуючи, що «тривога — це нормально») і навіть мотивувати шукати допомогу. Водночас влоги й блоги несуть ризик соціального порівняння: ідеалізовані історії успіху чи щасливого життя інших можуть викликати заздрість, невпевненість у собі та підвищувати тривожність у тих, хто постійно порівнює себе з ідолами. У рефлексійному аспекті, перегляд блогів буває і стимулом до самовдосконалення (здорове змагання), але також може формувати надмірні очікування («всі ж інші живуть краще»). Отже, блоги і влоги можуть як

підтримувати позитивний настрій та знижувати ізоляцію, так і спричиняти тривожні симптоми через постійне порівняння та ідеалізацію.

Позитивні історії про волонтерство та благодійність зазвичай несуть надихаючий і підтримуючий зміст. Підлітки сприймають їх як джерело надії та довіри до суспільства: такі матеріали показують, що світ сповнений добрих людей, що може формувати оптимістичний світогляд. Згідно з дослідженнями соціальних медіа, контент із позитивними мотивами (до якого належать і соціально корисні вчинки) прямо асоціюється з вищим рівнем психічного благополуччя. Зокрема, «позитивні публікації» в соціальних мережах пов'язані зі зниженням тривожності та депресії, підвищують самооцінку. Це пояснюється тим, що поширення й обговорення добрих новин зміцнює соціальну підтримку та самоповагу. Отже, медіаконтент про волонтерську діяльність і добрі справи, як правило, формує відчуття солідарності та підвищує життєстійкість, скорочуючи рівень тривоги у підлітків.

Освітні матеріали – це навчальні відеоуроки, документалки, пізнавальні програми. Підлітки сприймають їх як корисний ресурс для саморозвитку та здобуття знань. Такий контент викликає когнітивне напруження, але за умови зацікавленості сприяє відчуттю власної ефективності. Вивчення нового зменшує невідомість і, отже, знижує тривогу. Згідно з даними учасників опитувань, доступ до навчальних порад та майстер-класів у соціальних мережах допомагає їм опанувати навички (від приготування їжі до фінансової грамотності), яких не навчають в школі. Такий досвід підвищує впевненість у собі і створює відчуття контролю над обставинами. Тому освітній контент зазвичай сприяє зміцненню самооцінки підлітків і може знижувати тривожність завдяки розширенню їхніх навичок і знань.

Мотиваційні ролики, цитати та надихаючі виступи орієнтовані на стимулювання позитивного настрою. Підлітки часто використовують їх «як заряд енергії» – наприклад, починають день із надихаючої цитати. Опитування свідчать: учасники спеціально слідкують за такими сторінками, бо це «робить їх щасливішими» і «дає маленький поштовх на початок дня». Перегляд

позитивних повідомлень і мотиваційних відео дійсно підвищує у молоді рівень оптимізму, надії та внутрішньої мотивації. Наприклад, усміхнені історії та цитати про доброту відновлюють віру в людей і вселяють упевненість у завтрашньому дні. Таким чином, мотиваційний контент сприяє зниженню тривожності через посилення позитивних емоцій, духу співпереживання і віри у власні сили

Результати опитування (Таблиця 2.1) показали, що більшість підлітків щодня активно користуються соціальними мережами, проводячи в них кілька годин. Найпопулярнішими платформами серед них є TikTok, Instagram і YouTube – саме ті, що пропонують динамічний візуальний контент. Найчастіше підлітки переглядають розважальні відео, однак значна частина також зазначила, що регулярно стикається з контентом про війну, насильство чи булінг, що може негативно впливати на їхній емоційний стан, спричиняючи тривожність, страх чи втому.

Натомість позитивний і розвивальний контент (освітній, мотиваційний чи пов'язаний із добрими вчинками) трапляється значно рідше. Це свідчить про інформаційний дисбаланс у віртуальному середовищі підлітків. Отримані дані підтверджують важливість формування у молоді навичок медіаграмотності та вміння обирати контент, що підтримує їхній психоемоційний стан.

Таблиця 2.2

Результати авторського опитувальника оцінки психоемоційних реакцій підлітків на медіаконтент

Питання	1 (ніколи)	2 (рідко)	3 (інколи)	4 (часто)
1. Після перегляду деякого контенту я відчуваю роздратування	17,3%	7,7%	38,5%	36,5%

2. Я помічаю, що після соцмереж у мене з'являється злість	5,8%	11,5%	48,1%	34,6%
3. Після перегляду деяких відео мені хочеться різко висловлюватися	19,2%	23,1%	36,5%	21,2%
4. Мене легко вивести з себе після певного контенту	7,7%	17,3%	36,5%	38,5%
5. Я іноді уявляю, як відповідаю агресивно на побачене	19,2%	23,1%	23,1%	34,6%
6. Мені хочеться «висловити правду» у коментарях, навіть у грубій формі	9,6%	34,6%	17,3%	38,5%

7. Я вважаю, що деякі відео провокують агресію у глядачів	0%	19,2%	32,7%	48,1%
8. Після певного контенту я відчуваю, що не можу стримати емоції	3,8%	28,8%	48,1%	19,2%
9. Деякий контент змушує мене відчувати неспокій	3,8%	17,3%	25%	53,8%
10. Після соцмереж важко заспокоїтися	26,9%	42,3%	19,2%	11,5%
11. Певний контент викликає у мене паніку або страх перед майбутнім	23,1%	25%	25%	26,9%
12. Я уникаю інформаційни	28,8%	53,8%	9,6%	7,7%

х відео, бо боюсь дізнатися щось тривожне				
13. Я часто думаю про побачене ще довго після перегляду	23,1%	34,6%	19,2%	23,1%
14. Іноді я відчуваю емоційне виснаження після скролінгу контенту	3,8%	17,3%	48,1%	30,8%
15. Втрачаю інтерес до справ після тривалого перебування онлайн	15,4%	15,4%	40,4%	28,8%
16. Після соцмереж мені часто хочеться відпочити від усього	13,5%	15,4%	46,2%	25%
17. Мені здається, що	25%	38,5%	19,2%	17,3%

все навколо стає «порожнім» після перегляду негативного контенту				
18. Я відчуваю, що контент у соцмережах впливає на мій настрій	3,8%	11,5%	34,6%	50%
19. Я помічав/ла, що стаю агресивнішим/ою після перегляду окремих відео	9,6%	19,2%	55,8%	15,4%
20. Я намагаюся уникати певного контенту, бо він погіршує мій стан	23,1%	57,7%	7,7%	11,5%
21. Я вірю, що медіа можуть викликати	0%	17,3%	23,1%	59,6%

емоційні порушення				
22. Певний медіаконтент негативно впливає на мій емоційний стан	0%	7,7%	38,5%	53,8%
23. Бували моменти, коли я порівнював себе з іншими і почувався гірше	15,4%	30,8%	36,5%	17,3%
24. Я стикаюся з контентом, який є тривожним або небезпечним	19,2%	28,8%	38,5%	13,5%
25. Я здатен усвідомити, коли контент починає на мене впливати	21,2%	32,7%	40,4%	5,8%
26. Іноді мені здається, що я залежу від контенту,	15,4%	13,5%	34,6%	36,5%

навіть якщо він мені шкодить				
------------------------------------	--	--	--	--

Відповідно до результатів опитування (Таблиця 2.2), блок питань, що стосувався емоційної реактивності та агресивності (питання 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 19), показав, що більшість респондентів характеризуються помірною емоційною чутливістю до контенту в соціальних мережах, з періодичними проявами агресивних реакцій. Значна частина опитаних відзначає, що після перегляду певних відео чи дописів у них виникають почуття роздратування, злості або бажання різко висловитися. Також багато хто з респондентів визнає, що контент здатен суттєво впливати на їхній настрій, а деякі навіть уявляють агресивні відповіді або виявляють емоційну нестабільність після взаємодії з певними матеріалами. При цьому агресія рідко має постійний характер, однак її спонтанні прояви після емоційно насиченого чи провокативного контенту вказують на високий рівень емоційної залученості користувачів, що свідчить про важливість усвідомленого споживання інформаційного простору, особливо в умовах нестабільної соціальної ситуації.

Аналіз результатів опитування щодо емоційної реактивності та агресивності (питання 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 19) вказує на те, що значна частина респондентів схильна до емоційної збудливості під впливом контенту в соціальних мережах. Більшість опитаних визнають, що певні публікації, відео або дописи здатні викликати в них напруження чи навіть гнів. Відповіді свідчать про те, що в умовах сьогодення інформаційне середовище часто провокує негативні емоційні стани.

Особливо виразним є те, що підлітки нерідко відчувають внутрішнє хвилювання або агресивні імпульси, коли стикаються з провокативним чи емоційно забарвленим контентом. Це може проявлятися у вигляді різкої реакції, бажання висловити незадоволення або в труднощах із контролем

емоцій. При цьому багато хто з них зазначає, що такі реакції не є постійними, але трапляються регулярно.

У загальному контексті це демонструє наявність підвищеної емоційної чутливості до візуальної та текстової інформації, що поширюється через соціальні мережі і така чутливість у поєднанні з напруженою ситуацією в країні створює передумови для зростання емоційного виснаження, дратівливості та агресивної поведінки у певних ситуаціях.

Аналіз відповідей респондентів на питання, що стосуються емоційного виснаження та загального впливу контенту в соціальних мережах на психоемоційний стан (питання 13, 14, 15, 16, 17), свідчить про наявність ознак перевтоми та внутрішнього виснаження після взаємодії з інформаційним середовищем. Значна частина опитаних відзначає, що після тривалого перебування онлайн їм стає важко зосередитися, зникає інтерес до звичних справ, з'являється відчуття порожнечі або потреба у відпочинку від усього. Також частина учасників зізнається, що після перегляду негативного або емоційно насиченого контенту в них з'являється внутрішнє спустошення або зниження настрою. Дані показники свідчать про те, що контент у соціальних мережах має не лише інформаційний, а й значний емоційний вплив, який накопичується й проявляється у вигляді психоемоційної втоми.

Аналіз відповідей на питання, що стосуються усвідомлення впливу контенту (питання 18, 20, 22, 23, 25, 26), показує, що більшість респондентів мають певний рівень рефлексії щодо того, як соціальні мережі та медіа впливають на їхній емоційний стан. Значна частина опитаних погоджується з твердженням, що медіа можуть провокувати емоційні порушення, такі як тривожність, страх, пригнічення настрою або втрата життєвого інтересу, також більше половини зазначають, що помічають негативний вплив певного контенту на свій емоційний стан, а деякі з них навіть намагаються уникати такого контенту свідомо.

Водночас, певна частина респондентів визнає, що не завжди здатна вчасно усвідомити момент впливу, або ж цей вплив стає помітним лише з

часом. Деякі учасники також зізналися, що продовжують взаємодіяти з контентом, навіть якщо відчують, що він шкодить їхньому психологічному стану, що може свідчити про певні прояви залежності або потребу в додатковій емоційній стимуляції.

Таким чином, можна зробити висновок, що переважна більшість опитаних не лише помічає зміни у своєму стані під впливом медіа, але й частково усвідомлює механізми цього впливу. Однак не всі здатні повністю контролювати свою взаємодію з інформаційним простором, що підкреслює важливість розвитку навичок медіаграмотності та емоційної саморегуляції.

Таблиця 2.3

Частотний розподіл вибірки за рівнями реактивної та особистісної тривожності

Критерій	Рівень	Кількість осіб	% від загалу
Реактивна тривожність	Низький	0	0%
	Середній	31	59,6%
	Високий	21	40,4%
Особистісна тривожність	Низький	0	0%
	Середній	41	78,8%
	Високий	11	21,2%

У вибірці з 52 підлітків віком 14–17 років за методикою Спілберґера–Ханіна було проведено аналіз рівнів реактивної та особистісної тривожності. Рівні тривожності інтерпретували за прийнятою шкалою: низький (0–30 балів), середній (31–45 балів) та високий (46 і більше балів). За шкалою реактивної тривожності середній рівень виявлено у 31 респондента (59,6%), високий – у 21 (40,4%), жодного випадку низького рівня не зафіксовано (Таблиця 2.3). Середнє значення реактивної тривожності становить приблизно 44,56 бала (медіана = 44), стандартне відхилення $\sigma \approx 3,43$, мінімальне значення – 37, максимальне – 51. За шкалою особистісної тривожності 41 підліток (78,8%) має середній рівень, 11 – високий (21,2%), низького рівня не

зафіксовано. Середнє значення особистісної тривожності становить близько 42,4 бала (медіана = 42), $\sigma \approx 3,93$, мінімум – 34, максимум – 51.

Отже, у досліджуваній групі переважає помірний рівень реактивної та особистісної тривожності, що відображено високими середніми значеннями та відсутністю низьких балів за обома шкалами. Водночас наявність високого рівня тривожності у 40,4% підлітків за шкалою реактивної та 21,2% – за шкалою особистісної свідчить про значну частку респондентів з підвищеним ступенем тривожності.

Висновки до другого розділу

Проведене дослідження було спрямоване на аналіз значення соціально орієнтованого медіаконтенту для рівня тривожності підлітків. Метою було з'ясувати, чи негативна інформація та емоційно забарвлені матеріали, зокрема і ті, що транслюються у воєнний час, спричиняють підвищення тривожності, дратівливості та емоційної чутливості у підлітків. Гіпотеза полягала в тому, що систематичне споживання такого контенту прямо корелює з підвищенням їх рівня тривожності. Для цього реалізовано чотирьохетапний підхід: теоретико–аналітичний (огляд наукових джерел про вплив медіа на психіку), емпіричний (проведення опитування), аналітико–узагальнюючий (обробка та інтерпретація даних) та апробація.

За результатами авторського опитування встановлено, що більшість підлітків демонструють підвищену емоційну чутливість і дратівливість, а також помірну агресивність, багато респондентів зазначили, що перегляд емоційного контенту негативно впливає на їхній настрій, викликає стомлення та нервові виснаження. Виявлено ознаки емоційного вигорання (внутрішньої втоми) і активної рефлексії щодо впливу інформації: підлітки свідомо аналізують, як споживаний контент впливає на їх самопочуття.

Отримані результати мають важливе значення для розуміння психоемоційного стану молоді, зокрема, під час війни. Збільшені показники тривожності та ознаки емоційного виснаження підлітків підкреслюють

небезпеку неконтрольованого споживання негативного контенту. Експерти наголошують, що в умовах війни соціальні мережі є основним джерелом дезінформації та маніпулятивних сюжетів, тож це вимагає від підлітків і дорослих навичок інформаційної гігієни та критичного мислення [5].

Таким чином, висновки дослідження доповнюють існуючі емпіричні дані про психоемоційний стан підлітків і вказують на необхідність цілеспрямованої підтримки їхнього психологічного здоров'я в інформаційному просторі.

Підсумки другого розділу підтверджують, що медіаконтент сприяє зростанню тривожних реакцій та емоційної напруги у сучасних підлітків. Результати підкреслюють актуальність подальшого аналізу механізмів впливу медіа та розробки практичних рекомендацій щодо медіаграмотності як складової інформаційної гігієни.

РОЗДІЛ III. РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО–ПРОФІЛАКТИЧНОЇ ПРОГРАМИ ТА ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ПІДЛІТКІВ

3.1. Проведення профілактичного заходу в роботі з підлітками щодо зниження тривожності, пов'язаної з медіавпливом

Виходячи з отриманих результатів емпіричного дослідження, нами було розроблено тренінгову програму «Свідомий онлайн: тренінг із медіаграмотності та психологічної самодопомоги», яка направлена на ознайомлення з навичками медіаграмотності, що можуть слугувати як інструмент для підтримки психоемоційної стабільності підлітків в умовах інформаційного перенасичення.

Дана програма відігравала не лише освітню, а й превентивну функцію, будучи спрямованою на формування в учасників стійкості до впливу інформаційного стресу, зниження рівня тривожності та підвищення здатності до емоційної саморегуляції в цифровому середовищі.

Головною метою тренінгової програми було сформувати в підлітків навички критичного сприйняття медіаконтенту, підвищити рівень медіаграмотності, а також зміцнити психологічну стійкість до інформаційного навантаження та негативних впливів у медіа.

У межах досягнення цієї мети було поставлено такі завдання:

- ознайомити учасників із базовими поняттями та принципами медіаграмотності;
- сформувати вміння розпізнавати дезінформацію, маніпулятивний контент, емоційні тригери та токсичні повідомлення;
- продемонструвати взаємозв'язок між типом споживаного контенту та емоційним станом людини;
- навчити основам емоційної саморегуляції, зокрема через техніки самодопомоги;
- сприяти підвищенню самооцінки через рефлексивні вправи та підтримувальну комунікацію в групі.

Учасниками тренінгової програми стали 52 підлітки віком від 14 до 17 років, які попередньо взяли участь в основному дослідженні та виявили бажання долучитися до даного етапу. Формат програми був адаптований до особливостей сприйняття цієї вікової категорії та включав інтерактивні методи навчання, рефлексивні вправи, практичні завдання, а також обговорення, що забезпечували залучення учасників у процес і підвищували ефективність засвоєння матеріалу.

Загальна тривалість програми становила 4 тижні, під час яких проводилося чотири тренінгові заняття по 1,5 години щотижня.

Перше заняття тренінгової програми мало на меті ознайомлення учасників із поняттям медіаграмотності, формування базових навичок критичного мислення щодо інформаційного контенту, а також усвідомлення ролі інформаційного середовища у впливі на психоемоційний стан людини. На початку зустрічі фасилітатор ініціював інтерактивне обговорення у форматі мозкового штурму: підлітки мали відповісти на запитання «Що таке інформаційний шум?» та «Які види інформації викликають у вас найбільше напруження?». Така форма роботи сприяла активному залученню учасників і дозволила виявити їхній попередній досвід взаємодії з медіапростором.

Далі відбулася міні-лекція, під час якої було розглянуто основні поняття, що характеризують сучасний інформаційний простір. Зокрема, учасники ознайомилися з термінами «фейкові новини», «дезінформація», «маніпулятивний контент», «емоційні тригери», «клікбейт» та «інформаційна токсичність». Акцентувалася увага на тому, як подібний контент може викликати підвищену тривожність, формувати викривлену картину світу або впливати на самооцінку. Важливим моментом цієї частини було обговорення прикладів таких впливів у контексті соціальних мереж – звичного середовища для підлітків.

У практичному блоці заняття учасники працювали з прикладами публікацій у соціальних мережах. Завдання полягало в тому, щоб визначити емоційне забарвлення кожної публікації, проаналізувати, які слова або

зображення викликають напруження, тривогу або цікавість, а також висловити припущення щодо мети автора публікації. Додатково підлітки намагалися класифікувати кожен одиницю контенту як нейтральну, потенційно шкідливу або позитивну для психоемоційного стану.

Завершенням першого заняття стала рефлексивна дискусія, під час якої учасники мали змогу поділитися власними емоційними реакціями на контент, з яким взаємодіють у повсякденному житті. Цей етап був важливим для формування емоційної усвідомленості, а також для закладення бази довіри всередині групи.

Друге заняття поглиблювало розуміння впливу інформаційного середовища на емоційне благополуччя. Відбулося групове обговорення у форматі відкритого кола, де підлітки поділилися власними думками про те, як соціальні мережі впливають на їхній настрій, чи виникає відчуття тривоги або самоприниження у результаті перегляду ідеалізованих зображень життя інших людей. Окремо порушувалася тема порівняння себе з іншими, що є надзвичайно характерним для підліткового віку. Учасники самі визначали, які типи контенту викликають у них позитивні емоції, а які – деструктивні.

Після обговорення учасникам було запропоновано виконати вправу під назвою «Моя стрічка – мій вибір». В її межах кожен підліток отримав аркуш, на якому символічно відтворював свою власну позитивну інформаційну стрічку – додаючи джерела, теми, людей або канали, які не спричиняють негативних емоцій, а навпаки – надихають, заспокоюють, мотивують або приносять задоволення. Метою цієї вправи було усвідомлення власної відповідальності за формування свого інформаційного середовища. Нами наголошувалося, що стрічка новин – це продукт алгоритмів, але користувач має змогу певною мірою керувати її змістом, через підписки, налаштування, скарги або особистий вибір.

Завершальним етапом другого заняття стало завдання у вигляді добровільного «цифрового детоксу», метою якого стало вивчення змін у психоемоційному стані підлітків та рівні їх тривожності за умов

цілеспрямованого обмеження споживання негативного інформаційного контенту.

Актуальність проведення такого експерименту зумовлена результатами попереднього діагностичного етапу дослідження, в межах якого було здійснено комплексне оцінювання емоційного стану підлітків за допомогою авторського опитувальника та методики визначення рівня тривожності Спілберга–Ханіна. Отримані результати засвідчили наявність стійкої тенденції до підвищення рівня ситуативної та особистісної тривожності в учасників вибірки, що розглядалося як один із потенційних наслідків систематичного впливу деструктивного інформаційного середовища. Крім того, значна частина опитаних підлітків на рівні суб'єктивних уявлень підтвердила наявність зв'язку між споживанням тривожного, агресивного або негативного контенту та погіршенням власного психоемоційного стану (виникненням апатії, тривоги, роздратованості, пригніченості).

Зважаючи на отримані результати, було сформульовано припущення, згідно з яким свідоме обмеження контактів з негативним медіаконтентом може позитивно вплинути на психоемоційний стан підлітків, зменшити рівень тривожності, стабілізувати настрій і сприяти емоційному благополуччю.

До завдання було залучено 52 підлітків віком від 14 до 17 років, які виявили добровільне бажання взяти участь у додатковому дослідницькому етапі. Учасники були детально проінформовані про цілі, умови та тривалість, а також про можливість відмовитися від участі на будь-якому етапі без жодних негативних наслідків.

Завдання тривало протягом двох календарних тижнів. Учасникам було запропоновано дотримуватись певних регламентованих умов щодо споживання інформаційного контенту. Основною вимогою було свідоме уникнення взаємодії з контентом, що містить негативне або деструктивне інформаційне навантаження. До категорії «негативного контенту» було віднесено:

- новинні матеріали, що містять інформацію про воєнні дії, терористичні акти, політичні конфлікти, стихійні лиха, соціальні катастрофи;
- відео– та текстовий контент із соціальних мереж, який демонструє сцени насильства, агресивної поведінки, прояви жорстокості, цькування або суїцидальні висловлювання;
- медіапродукти з провокаційним змістом, що можуть викликати тривожність, страх, паніку або інші емоційно дестабілізуючі реакції;
- інформаційні матеріали, що акцентують увагу на загрозах, небезпеках, конфліктах і мають загальне тривожне емоційне забарвлення.

Замість цього учасникам було рекомендовано звернути увагу на позитивний, емоційно підтримувальний та соціально орієнтований контент, який може виступати як чинник емоційної регуляції та стабілізації. До таких категорій контенту належали:

- освітні відео та матеріали, що сприяють інтелектуальному розвитку та пізнавальному інтересу;
- мотиваційні виступи, історії успіху, приклади особистих досягнень;
- ролики про хобі, заняття творчістю, спорт, подорожі;
- добрі новини, приклади благодійності, соціальної підтримки, дружби та взаємодопомоги;
- матеріали з психології, саморегуляції, емоційного інтелекту та технік самопомоги (дихальні вправи, методики заземлення, релаксації).

Після завершення завдання підлітки знову проходили опитування за методикою Спілберга–Ханіна для визначення рівня ситуативної та особистісної тривожності. Усі отримані дані були зафіксовані для подальшого порівняльного аналізу з метою виявлення динаміки змін у психоемоційному стані учасників. Змістовна інтерпретація цих результатів буде представлена в наступному підпункті, присвяченому аналізу ефективності запропонованої

інтервенції як потенційного засобу покращення психоемоційного стану підлітків у сучасному інформаційному середовищі.

Третє заняття було зосереджене на темі самопомоги та стратегіях емоційної саморегуляції. Починалося воно короткою розповіддю про психофізіологічні реакції організму на стрес, а також важливість навичок стабілізації у випадках інформаційного перевантаження. Підліткам було представлено кілька простих технік: дихальну вправу «5–5–5» (вдих на 5 секунд, затримка на 5, видих на 5), методику «заземлення» через увагу до 5 тілесних відчуттів, а також ведення щоденника емоцій для відстеження настрою.

Особливу увагу було приділено роботі з негативом у комунікації. У ході рольової гри «Як реагувати на хейт», учасники розігрували змодельовані ситуації отримання знецінювального коментаря в соцмережі. Вони обговорювали можливі реакції: ігнорування, асертивну відповідь, блокування чи звернення до модераторів. У ході обговорення наголошувалося на важливості збереження власних кордонів та емоційної безпеки в онлайн взаємодії.

Після активної частини кожен підліток створював власну «скриньку підтримки» – набір практик, спогадів, джерел чи людей, які допомагають йому відновити ресурсний стан, а також звички, що стабілізують настрій (прогулянка, малювання, читання, чай, тиша). Така практика сприяла усвідомленню індивідуальних потреб у підтримці та формуванню внутрішнього відчуття безпеки.

Четверте заняття мало рефлексивно–підсумковий характер і його головною метою було закріплення нових навичок та формування стабільного, здорового ставлення до себе як особистості, незалежно від оцінок або візуального образу в цифровому просторі. Початковою вправою стала робота «Мої цінності поза соціальними мережами». Учасники визначали для себе ті риси, досягнення, відносини чи цілі, які не пов'язані з присутністю у віртуальному середовищі, але є важливими для відчуття власної цінності.

У ході групової бесіди «Що я забираю з собою з цього тренінгу?» кожен міг поділитися особистими змінами, які сталися за час участі у програмі. У процесі розмови фіксувалися нові усвідомлення, емоційні відкриття, а також конкретні поведінкові зміни (наприклад, «менше читаю новини перед сном», «відписався від каналів, що викликали тривогу»).

Заключною вправою стала тепла й підкріплююча практика: «П'ять речей, за які я поважаю себе». Учасники мали написати ці п'ять пунктів і, за бажання, поділитися з групою. Це сприяло зміцненню самооцінки, формуванню позитивного уявлення про себе та емоційному завершенню програми.

Завдяки участі у тренінговій програмі очікувалося досягнення таких позитивних змін у психоемоційному стані підлітків:

- зниження загального рівня тривожності, зумовленої негативним медіаконтентом;
- формування навичок критичного мислення при споживанні інформації;
- підвищення усвідомленості в користуванні соціальними мережами;
- оволодіння техніками психологічної саморегуляції;
- поліпшення самооцінки та емоційної стабільності учасників.

Таким чином, програма "Свідомий онлайн" стала не лише освітньою платформою, а й інструментом психопрофілактики, що дозволив молоді віднайти більш здорову модель взаємодії з цифровим середовищем.

3.2. Результати апробації профілактичного заходу як засобу зниження рівня тривожності, викликаного медіавпливом

Упродовж чотирьох тижнів підлітки брали участь у тренінгових заняттях, які поєднували елементи психоедукації, рефлексивних практик і соціально–психологічного тренінгу. Під час кожного заняття учасники отримували завдання, що сприяли закріпленню нових навичок у реальному середовищі цифрової взаємодії. Зокрема, учасники практикували критичний аналіз медіаконтенту, створювали умовну «позитивну стрічку», спостерігали

за своїми емоційними реакціями під час взаємодії з інформаційним простором, а також пробували техніки цифрової гігієни.

Оцінювання ефективності програми здійснювалося шляхом повторного психодіагностичного тестування після завершення курсу за допомогою шкали реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілберга – Ю.Л. Ханіна. Цей метод дозволив отримати кількісні показники психоемоційного стану підлітків до і після впровадження тренінгової програми, а також простежити динаміку зміни рівня тривожності.

Таблиця 3.1

Порівняння результатів до та після проходження програми медіаграмотності за методикою “Шкала реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілберга – Ю.Л. Ханіна”

	Результати оцінки ситуативної тривожності	Результати оцінки особистісної тривожності
До проходження програми медіаграмотності	44,56	42,4
Після проходження програми медіаграмотності	39,2	41,3

Результати тестування засвідчили позитивну динаміку у зміні психоемоційного стану підлітків, що свідчить про ефективність розробленої програми як інструменту профілактики інформаційного стресу.

Зокрема, рівень ситуативної тривожності знизився до 39,2 бала. Це є суттєвим покращенням, що демонструє зменшення інтенсивності емоційних реакцій на зовнішні подразники, передусім – на інформаційний вплив у цифровому просторі. До проходження програми багато підлітків реагували на негативні новини, провокаційні заголовки або конфліктні дописи в соціальних мережах із підвищеною тривожністю, що могло супроводжуватися

дратівливістю, відчуттям напруження чи емоційного виснаження. Після участі в тренінгу ці реакції стали менш гострими, що, ймовірно, пов'язано з підвищенням рівня поінформованості учасників щодо механізмів впливу медіа на психіку, а також із розвитком навичок критичного мислення. Окрім того, вагому роль у зменшенні ситуативної тривожності відіграло практичне засвоєння технік емоційної саморегуляції, таких як заземлення, дихальні вправи, ведення щоденника емоцій, які були інтегровані у всі етапи тренінгу.

Показник особистісної тривожності також продемонстрував позитивну динаміку: він знизився до 41,3 бала. Попри те, що це зниження не є радикальним, його слід розцінювати як важливий крок у формуванні внутрішньої емоційної стабільності. Особистісна тривожність, як відомо, є більш стабільною індивідуальною характеристикою, яка пов'язана з особливостями особистості, її самооцінкою, впевненістю в собі та здатністю долати стресові ситуації. Зменшення цього показника навіть на кілька балів може свідчити про зростання внутрішньої опори у підлітків, меншу схильність до катастрофізації подій та більш реалістичне сприйняття потенційно стресових ситуацій. Певною мірою це покращення можна пов'язати з рефлексивними вправами, які були закладені в структуру тренінгу, а також з формуванням у підлітків нових моделей поведінки в інформаційному середовищі.

Якісний аналіз зворотного зв'язку від учасників також підтвердив виявлені у тестуванні позитивні зміни. Учасники програми зазначали, що після проходження тренінгу вони стали краще розуміти власні емоції, навчилися розпізнавати контент, який викликає напруження, і уникати його. Багато хто наголошував на тому, що їм стало легше контролювати свої емоції після перегляду новин чи тривалого перебування в соціальних мережах. Значна частина учасників також відзначила зниження загальної втоми та емоційного вигорання, пов'язаного зі споживанням цифрового контенту. Окремі підлітки повідомляли, що після проходження тренінгу свідомо обмежили час, проведений у соціальних мережах, змінили налаштування

стрічки новин, або почали підписуватись на більш позитивні джерела інформації.

Окрім покращення емоційного самопочуття, зміни торкнулися і ставлення учасників до цифрового простору загалом. Якщо раніше соціальні мережі сприймалися передусім як розважальне середовище або джерело нескінченного потоку інформації, то після тренінгу підлітки почали усвідомлювати можливість впливати на власне інформаційне середовище – фільтрувати контент, формувати безпечний інформаційний простір, використовувати цифрові інструменти для особистісного розвитку, підтримки та самозаспокоєння. Таким чином, сформувалося відповідальніше, критично орієнтоване ставлення до медіа, що відповідає завданням сучасної цифрової освіти.

У підсумку можна стверджувати, що апробація тренінгової програми з медіаграмотності та саморегуляції виявилася результативною та практично значущою. Програма продемонструвала свою ефективність як превентивний психопрофілактичний інструмент, здатний зменшити рівень тривожності серед підлітків, підвищити рівень медіаусвідомленості та сприяти розвитку стратегій психологічної самопомоги в умовах інформаційного перенасичення. Отримані результати підтверджують доцільність подальшого впровадження подібних освітньо–терапевтичних програм у практику шкільної психології, а також актуальність посилення медіаосвіти як складової загальної системи підтримки психічного здоров'я молоді.

3.3. Практичні рекомендації соціальним працівникам і батькам щодо збереження психоемоційного благополуччя підлітків в умовах інформаційного впливу

Психоемоційне благополуччя підлітка слід розуміти як стан внутрішнього комфорту, емоційної рівноваги, почуття безпеки, а також здатності адаптуватися до соціального середовища та реагувати на життєві виклики. Згідно з визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я

(ВООЗ), здоров'я – це не лише відсутність хвороб, але й «стан повного фізичного, психічного і соціального благополуччя».

В умовах цифрової трансформації суспільства підлітки опиняються в середовищі постійного інформаційного впливу. Соціальні мережі, месенджери, цифрові ігри та новинні ресурси відіграють значну роль у формуванні їхньої самосвідомості, самооцінки й психоемоційного стану. Цей вплив має як конструктивні, так і деструктивні аспекти. З одного боку, інформаційне середовище може сприяти соціалізації, розвитку навичок спілкування, пізнавальної активності, з іншого – провокувати тривожність, депресивні стани, порушення сну, зниження самооцінки та появу симптомів емоційного вигорання.

У цьому контексті важливу роль відіграють соціальні працівники та батьки як провідники безпечної адаптації підлітків до цифрового середовища. Їхнє завдання не лише захистити підлітків від інформаційних загроз, але й навчити їх критично сприймати контент, керувати емоціями та формувати стійкість до стресу.

Рекомендації для соціальних працівників

1. Формування безпечного та підтримувального середовища

Соціальні працівники мають сприяти створенню безпечного соціального і цифрового простору, де підлітки відчують себе прийнятими, почутими та захищеними. Важливими чинниками тут є нульова толерантність до булінгу, у тому числі в онлайн-просторі, підтримка інклюзивності, а також формування довірливих стосунків між молоддю, родинами та школою. Запровадження освітніх політик проти кібербулінгу, організація тренінгів з безпечного використання інтернету, а також наявність доступних каналів психологічної допомоги є критично важливими заходами профілактики ризикованої поведінки.

2. Сприяння розвитку медіаграмотності та цифрової компетентності

Медіаграмотність виступає базовою навичкою XXI століття, що дозволяє молоді орієнтуватися в складному інформаційному середовищі.

Соціальні працівники можуть ініціювати створення програм, спрямованих на розвиток навичок аналізу та перевірки інформації, розпізнавання фейків, критичного мислення, а також дотримання етичних норм в онлайн-комунікації. Проведення інтерактивних занять, розробка тематичних посібників та мультимедійних матеріалів за участю педагогів сприяє зміцненню інформаційної безпеки та психологічної стійкості підлітків.

3. Розвиток емоційного інтелекту та навичок саморегуляції

Розвинений емоційний інтелект є чинником психічної стійкості та запорукою здорової соціальної адаптації, тому соціальні працівники можуть проводити тренінги, індивідуальні або групові консультації, під час яких підлітки навчаються розпізнавати власні емоції, керувати ними, а також розвивати емпатію. Техніки саморегуляції (наприклад, дихальні вправи, когнітивна реструктуризація, ведення щоденників емоцій) показали ефективність у зниженні рівня тривожності й підвищенні емоційної стабільності.

4. Профілактика кібербулінгу та цифрових загроз

Інформування молоді щодо небезпек цифрового простору (булінг, шантаж, шахрайство) є невід'ємною складовою сучасної соціальної роботи. Важливо не лише підвищувати обізнаність підлітків, але й забезпечувати доступ до механізмів захисту: алгоритмів повідомлення про зловживання, механізмів блокування, звернення до фахівців. Практика включає проведення семінарів, створення анонімних опитувальників для виявлення випадків кібернасильства.

5. Сприяння діалогу в громадах та родин

Соціальні працівники повинні заохочувати батьків і педагогів до відкритого, регулярного спілкування з підлітками про їхній досвід в онлайн-середовищі. Ефективним інструментом є організація тематичних батьківських зборів, груп взаємопідтримки, воркшопів для родин, спрямованих на формування спільних підходів до цифрової гігієни. Заохочення до діалогу

зменшує рівень стигматизації та сприяє створенню довірливого середовища, де дитина відчувається у безпеці.

Рекомендації для батьків

1. Встановлення чітких меж і підтримка діалогу

Батьки мають підтримувати відкриту комунікацію з підлітком щодо його онлайн-активності. Регулярне обговорення контенту, запитання про емоції, пов'язані з мережею, формують атмосферу довіри. Водночас важливо домовитися про «цифрові правила»: обмеження за часом, допустимі платформи, пріоритет офлайн-активностей. Розроблення спільного медіаплану родини – один із найефективніших інструментів регулювання цифрового балансу.

2. Розвиток навичок критичного сприйняття медіа

Навчання підлітків критичному мисленню щодо отриманої інформації є відповідальністю як школи, так і родини. Під час спільного перегляду новин або соцмереж можна практикувати навички фактчекінгу (перевірка фактів на достовірність), розрізнення маніпуляційних заголовків, пошуку першоджерел. Батьки можуть спонукати дитину до створення власного контенту (наприклад, блогів чи тематичних відео), що сприяє розумінню структури медіа та розвитку аналітичних здібностей.

3. Підтримка емоційного стану та рефлексії

Батькам слід визнавати важливість емоційних переживань підлітків, спричинених медіаконтентом. Вміння вчасно помітити зміну настрою, надання емоційної підтримки, спільне обговорення складних почуттів (тривоги, сорому, гніву) є основою емоційної безпеки. Також варто навчати підлітків простим стратегіям самопомоги: пауза, глибоке дихання, написання думок у щоденнику. За необхідності – звертатися до фахівців з психічного здоров'я.

5. Демонстрація позитивного прикладу

Поведінка батьків у мережі значною мірою формує модель медіакористування у підлітків. Важливо дотримуватись принципів цифрової гігієни самим: обмежувати користування гаджетами під час родинного часу, дотримуватись меж, дбати про власний інформаційний баланс. Спільна участь у навчальних курсах або ініціативах з медіаграмотності може стати прикладом відповідального підходу до цифрового середовища.

Висновки до третього розділу

Розробка, впровадження та апробація тренінгової програми «Свідомий онлайн: тренінг із медіаграмотності та психологічної самопомоги» стала важливим етапом нашого дослідження, який не лише доповнив отримані емпіричні дані, а й засвідчив практичну можливість впливати на психоемоційний стан підлітків через цілеспрямоване освітньо–профілактичне втручання. Отримані результати демонструють, що поєднання елементів медіаграмотності з психологічною самопомогою створює ефективне середовище для формування стійкості до негативних інформаційних впливів.

Запропонована програма вийшла за межі звичайного навчання: вона стала простором для рефлексії, діалогу, емоційного досвіду, самопізнання і формування нових моделей поведінки в цифровому просторі. Її структура дозволила органічно поєднати когнітивний, емоційний та поведінковий рівні, що забезпечило глибше засвоєння матеріалу та створення умов для сталих змін у сприйнятті, ставленні та реакціях підлітків на інформаційні стимули.

Актуальність програми визначається тими викликами, з якими сьогодні стикається молодь – інформаційне перенасичення, постійна присутність у цифровому середовищі, надмірна кількість тривожного чи маніпулятивного контенту, що часто залишається поза критичним осмисленням. Підлітки, які взяли участь у тренінгу, продемонстрували здатність не лише розпізнавати шкідливий вплив медіа, але й знаходити ресурси для його подолання – як у середовищі, так і в собі.

Висока мотивація учасників, активне залучення у всі етапи роботи, позитивні відгуки й відкритість до змін засвідчили, що формат програми є

прийнятним та ефективним для підліткової аудиторії. Це дозволяє говорити про доцільність подальшого масштабування й удосконалення подібних ініціатив.

Результати апробації також свідчать про те, що навіть короткострокова, але структурована та цілеспрямована програма здатна спричинити позитивні зрушення в емоційному самопочутті підлітків. Зафіксоване зниження рівня тривожності після проходження тренінгу вказує на можливість використання медіаосвітніх інтервенцій як засобу вторинної психопрофілактики – зокрема, у роботі з тими підлітками, які вже демонструють ознаки психоемоційного напруження, викликаного взаємодією з негативним контентом.

Таким чином, підсумовуючи результати третього розділу, можемо констатувати, що комплексний підхід до збереження психоемоційного благополуччя в умовах сучасного медіаоточення має значний потенціал. Застосування інтерактивних освітніх методів, розвиток навичок критичного мислення, стимулювання емоційної рефлексії та навчання технік самопомоги є ефективною формулою підтримки ментального здоров'я підлітків.

Цей досвід підтверджує важливість інтеграції програм медіаграмотності до профілактичної діяльності в освітніх і соціально–психологічних контекстах, з метою формування психологічно зрілої, інформаційно свідомої особистості, здатної зберігати стабільність і внутрішню опору у світі, що постійно транслює суперечливі повідомлення та емоційні виклики.

ВИСНОВКИ

У сучасну епоху глобальної цифровізації інформаційне середовище набуває провідної ролі у процесах соціалізації та особистісного становлення підлітків. Саме в цьому віковому періоді інтенсивно формуються ключові складові ідентичності, емоційної саморегуляції та соціального світогляду. Проведене дослідження дозволяє сформулювати обґрунтовані висновки щодо впливу різних типів медіаконтенту на рівень тривожності підлітків і визначити орієнтири для соціально-педагогічної підтримки, спрямованої на збереження психічного благополуччя молоді в умовах інформаційного перевантаження.

Теоретичний аналіз наукових джерел підтвердив наукову й суспільну актуальність обраної тематики. Виявлено, що медіапростір виступає не лише джерелом інформації, але й вагомим інструментом соціального впливу, що активно формує емоційно-ціннісну сферу підлітків, їхні життєві орієнтири та моделі поведінки. Водночас слід зазначити, що соціальні мережі, відеоплатформи та спільноти за інтересами можуть виконувати позитивну функцію – бути джерелом емоційної підтримки, розвитку критичного мислення, комунікативних навичок та емпатії – за умови свідомого відбору та інтерпретації контенту.

Емпірична частина дослідження дозволила встановити значущий зв'язок між характером споживаного медіаконтенту та психоемоційним станом підлітків, а саме – рівнем тривожності. Дані опитування свідчать, що систематична взаємодія з інформаційно деструктивним, емоційно напруженим або маніпулятивним контентом корелює з підвищеними показниками ситуативної та особистісної тривожності за методикою Спілбергера–Ханіна. Натомість взаємодія з емоційно підтримуючим, соціально орієнтованим та просвітницьким контентом пов'язана з нижчим рівнем тривожності, вищою емоційною стабільністю, розвитком внутрішньої впевненості. Це дає підстави стверджувати про вагомий вплив характеристик медіаповідомлень на рівень тривожності підлітків.

Результати опитування також виявили наявність стійкого емоційного напруження у значної частини респондентів, що має стати сигналом для педагогічної, соціальної та психологічної спільноти щодо актуальності посиленої уваги до ментального здоров'я дітей та підлітків. У цьому контексті важливим практичним напрямом є впровадження системних програм медіаграмотності, тренінгів емоційної саморегуляції, розвитку навичок критичного осмислення інформації, а також забезпечення психологічного супроводу у навчальних закладах. Особливої значущості набуває формування так званого інформаційного імунітету – здатності до самостійного аналізу контенту, виявлення маніпулятивних впливів, емоційного захисту та свідомого споживання інформації, яка сприяє особистісному зростанню.

У сфері соціальної роботи результати дослідження відкривають можливості для створення профілактичних програм, адаптованих до вікових особливостей молоді та потреб груп ризику. Доцільним є також розроблення методичних рекомендацій щодо формування безпечного та ресурсного інформаційного середовища в освітньому процесі. Ефективною стратегією може стати міждисциплінарне партнерство між соціальними працівниками, освітянами, психологами та самими підлітками, що сприятиме укоріненню моделей усвідомленої взаємодії з медіа, формуванню навичок емоційного самозбереження та психічної стійкості в умовах сучасних викликів.

Таким чином, узагальнення результатів теоретичного аналізу та емпіричних досліджень дозволяє дійти висновку, що вплив інформаційного середовища на рівень тривожності є не лише науково-дослідницькою, а й соціально значущою проблемою, що потребує комплексного розв'язання на різних рівнях – від державної політики до індивідуальної психолого-педагогічної взаємодії.

Підсумовуючи, доцільно підкреслити важливість цілеспрямованого формування безпечного, підтримуючого та розвивального інформаційного середовища для підлітків. Від його якості залежить не лише поточний

емоційний стан молоді, а й довготривалі перспективи їхнього психічного здоров'я, життєстійкості та соціальної адаптації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. American Psychological Association: веб-сайт. URL: <https://www.apa.org/monitor/2023/09/protecting-teens-on-social-media> (дата звернення 31.03.2025).
2. Bandura, A. Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annu. Rev. Psychol.* 2001, P. 1–26.
3. Berkowitz L. The implicit assumptions of televisions research. – Boston: Eddi. – 1998. – 124 p.
4. Josephson W. Creative aggression. – N.Y.: Pergamon Press, 2002. – 47 p .
5. MDPI: веб-сайт. URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/19/18/11216#:~:text=In%20addition%2C%20the%20increasing%20incidence,can%20be%20projected%20into%20the> (дата звернення 23.03.2025).
6. Mozok: веб-сайт. URL: <https://mozok.ua/depressiya/testy/item/2703-shkala-trevogi-spielbergera-STAI> (дата звернення 06.05.2025).
7. National Library of Medicine: веб-сайт. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9559152/#:~:text=psychiatrically%20vulnerable%20individuals%20report%20positive,address%20key%20methodological%20limitations%20of> (дата звернення 22.04.2025)
8. Psychologist: психологічна допомога: веб-сайт. URL: <https://psychologist.com.ua/psixologichni-osoblivosti-pidlitkovogo-vikuvazhlivi-aspekti-rozvitku/> (дата звернення 04.04.2025).
9. Rogers, Carl Ransom. On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy. Houghton Mifflin Harcourt, 1995. 401c
10. Social Media Victims Law Center: веб-сайт. URL: <https://socialmediavictims.org/mental-health/eating-disorders/#:~:text=In%20the%20age%20of%20social,%2C%20anxiety%2C%20and%20suicidal%20ideation> (дата звернення 02.03.2025)
11. Stopsexтинг: веб сайт. URL: <https://stop-sexting.in.ua/adult/ryzyk/shkidlyvyuykontent/> (дата звернення 15.03.2025).

12. The guardian: веб-сайт. URL: <https://www.theguardian.com/media/2024/nov/25/violence-on-social-media-making-teenagers-afraid-to-go-out-study-finds> (дата звернення 15.03.2025)
13. Ukrainian Digital Community: веб-сайт. URL: <https://ukrainsdigital.com/kontent-shcho-tse-vydy-ta-typu-kontentu-stratehiia-storennia/#vidi-kontentu-za-formoyu> (дата звернення 08.03.2025).
14. Андрєєнкова В.Л., Байдик В.В., Войцях Т.В., Калашник О.А. Запобігання та протидія проявам насильства: діяльність закладів освіти : навчально-методичний посібник. Київ : ФОП Нічога С.О. 2020. 196 с.
15. Белякова С.М., Шовкова К.О. Соціально-психологічні особливості розвитку особистості сучасного підлітка. *Молодий вчений*. 2018. Видання 5 (57). Р. 454-458.
16. Блохіна І. О. Психологічні причини виникнення тривожності у студентів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2021. Випуск 4. Р. 82-86.
17. Борух О.А. Психологічні особливості впливу засобів масової інформації на тривожність підлітків. Київ. 2021. 76 с.
18. Волошок О.В. Психологічний аналіз проблеми тривожності особистості. Проблеми сучасної психології. Збірник наукових праць. *Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України*. 2010. Вип. 10. С.120-128
19. Гордон: веб-сайт. URL: <https://gordonua.com/ukr/news/society/maljar-v-tiktok-3-bereznja-nazvali-dnem-sujitsidu-99-ditej-nad-tsim-posmijutsja-ale-znajdutsja-j-ti-hto-sprijme-jak-kerivnitstvo-do-diji-1542353.html> (дата звернення 25.03.2025).
20. Горська К.О. Термінологічні концепти медіаконтенту в теорії масової комунікації. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IV (12), 2016. Р. 50-52.
21. Журавель Т. В. Соціальна профілактика як напрям соціальнопедагогічної діяльності. Соціальна педагогіка : навч. посібник / авт. кол.: О. В.

- Безпалько, І. Д. Зверєва, Т. Г. Веретенко та ін. ; за заг. ред. О. В. Безпалько. Київ : Академвидав, 2013. С. 85–101.
- 22.Замашкіна О. Система роботи фахівця соціономічної сфери щодо профілактики агресивної поведінки підлітків. Інноваційна педагогіка. Вип. 33., Т. 2., *Видавничий дім «Гельветика»*. 2021.С. 92–98.
- 23.Зеленчук В., Реклама азартних ігор у медіа: правила, заборони та приклади. Детектор медіа: веб-сайт. URL: <https://detector.media/infospace/article/224397/2024-03-20-reklama-azartnykh-igor-u-media-pravyula-zaborony-ta-pryklady/> (дата звернення 05.03.2025).
- 24.Зігмунд Фрейд. Вступ до психоаналізу, Київ. *Основи*, 1998. 709 с.
- 25.Іванов В.Ф., Волошенюк О.В., Медіаосвіта та медіаграмотність. Київ: *Центр вільної преси*, 2012. 352 с.
- 26.Іванова Т. Тривога як психологічний феномен. Вісник Львівського університету. Серія психологічні науки. 2020. Випуск 6. С. 72–78
- 27.Інститут масової інформації: веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/news/ekspertka-imi-propaganda-vplyvaye-na-molod-cherez-sotsmerezhi-i66958> (дата звернення 04.04.2025)
- 28.Кісіль З. Р. Психологічні особливості агресивності у підлітковому віці. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. №1. 2015. С. 33–40.
- 29.Концепція виховання дітей та молоді в цифровому просторі / Національна академія педагогічних наук України. 2021. – 52 с
- 30.Короткова К. І. Фактори створення медіаконтенту для молоді. *Молодіжна наукова ліга*. 2023. Р. 148-150.
- 31.Кричковська Г. Увага! Знову небезпечна гра-челендж «Двері розуму» в TikTok. *Освіторія медіа*: веб-сайт. URL: <https://osvitoria.media/news/uvaga-znovu-nebezpechna-gra-chelendzh-dveri-rozumu-u-tiktok/> (дата звернення 06.03.2025)

32. Куницький О., Як РФ руками неповнолітніх підпалює автомобілі ЗСУ. *Deutsche Welle*: веб-сайт. URL: <https://www.dw.com/uk/ak-rf-rukami-pidlitkiv-pidpalue-avtomobili-zsu/a-69439358> (дата звернення 07.04.2025).
33. Нейронews. Психоневрологія та нейропсихіатрія: веб-сайт. URL: <https://neuronews.com.ua/ua/archive/2022/7%E2%80%938%E2%80%93938%E2%80%9328136%E2%80%9329/pages%E2%80%939316%E2%80%939319/vpliv%E2%80%9393zasobiv%E2%80%9393masovoyi%E2%80%9393informaciyi%E2%80%9393na%E2%80%9393delinkventnu%E2%80%9393povedinku%E2%80%9393pidlitkiv#gsc.tab=0> (дата звернення 05.04.2025).
34. О. Т. Барішполец, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. *Міленіум*, 2014. - 348 с.
35. Огляд українських ініціатив з медіаграмотності за 2024 рік: веб-сайт. URL: <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/12/zvit-ukr-inicziatyv-z-mediagramotnosti.pdf> (дата звернення 22.03.2025).
36. Освіторія медіа: веб-сайт. URL: <https://osvitoria.media/opinions/shho-bilshe-chasu-v-sotsmerezhah-to-bilshyj-ryzyk-depresiyi-u-pidlitkiv-rezultaty-doslidzhennya/> (дата звернення 19.03.2025)
37. Приходько Ю., Юрченко В. Психологічний словник–довідник: навч. посібник. К. : Каравела. 2012. 328 с.
38. Туманська М. А. Медіаконтент: сутність та види. *International Electronic Scientific Journal "Science Online"*. URL: <https://nauka-online.com/wp-content/uploads/2021/11/Tumanska.pdf> (дата звернення 13.05.2025)
39. Тюптя Л. Т., Іванова І. Б. Соціальна робота: теорія і практика : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2008. 574 с.
40. Чаплінська Ю.С., Дятел Н.Л. медіаторчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі. Збірник наукових праць. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. 210 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Авторський опитувальник оцінки психоемоційних реакцій підлітків на медіаконтент

1. Після перегляду деякого контенту я відчуваю роздратування

- 1 – ніколи
- 2 – рідко
- 3 – іноді
- 4 – часто

2. Я помічаю, що після соцмереж у мене з'являється злість

- 1 – ніколи
- 2 – рідко
- 3 – іноді
- 4 – часто

3. Після перегляду деяких відео мені хочеться різко висловлюватися

- 1 – ніколи
- 2 – рідко
- 3 – іноді
- 4 – часто

4. Мене легко вивести з себе після певного контенту

- 1 – ніколи
- 2 – рідко
- 3 – іноді
- 4 – часто

5. Я іноді уявляю, як відповідаю агресивно на побачене

- 1 – ніколи
- 2 – рідко
- 3 – іноді
- 4 – часто

6. Мені хочеться «висловити правду» у коментарях, навіть у грубій формі

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

7. Я вважаю, що деякі відео провокують агресію у глядачів

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

8. Після певного контенту я відчуваю, що не можу стримати емоції

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

9. Деякий контент змушує мене відчувати неспокій

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

10. Після соцмереж важко заспокоїтися

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

11. Певний контент викликає у мене паніку або страх перед майбутнім

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

12. Я уникаю інформаційних відео, бо боюсь дізнатися щось тривожне

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

13. Я часто думаю про побачене ще довго після перегляду

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

14. Іноді я відчуваю емоційне виснаження після скролінгу контенту

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

15. Втрачаю інтерес до справ після тривалого перебування онлайн

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

16. Після соцмереж мені часто хочеться відпочити від усього

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

17. Мені здається, що все навколо стає «порожнім» після перегляду
негативного контенту

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

18. Я відчуваю, що контент у соцмережах впливає на мій настрій

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

19. Я помічав/ла, що стаю агресивнішим/ою після перегляду окремих відео

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

20. Я намагаюся уникати певного контенту, бо він погіршує мій стан

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

21. Я вірю, що медіа можуть викликати емоційні порушення (підвищена тривожність, часті занепокоєння, страх, паніка, переживання, пригнічений настрій, втрата інтересу до життя)

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

22. Певний медіаконтент (новини, відео, публікації) негативно впливає на мій емоційний стан

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

23. Бували моменти, коли я порівнював себе з іншими користувачами і
почувався гірше

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

24. Я стикаюся з контентом, який, на мою думку, є тривожним або
небезпечним (сцени агресії, самопошкодження, приниження, заклики до
дієт/голодування тощо)

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

25. Я здатен/здатна усвідомити, коли контент починає на мене впливати

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

26. Іноді мені здається, що я залежу від контенту, навіть якщо він мені
шкодить

1 – ніколи

2 – рідко

3 – іноді

4 – часто

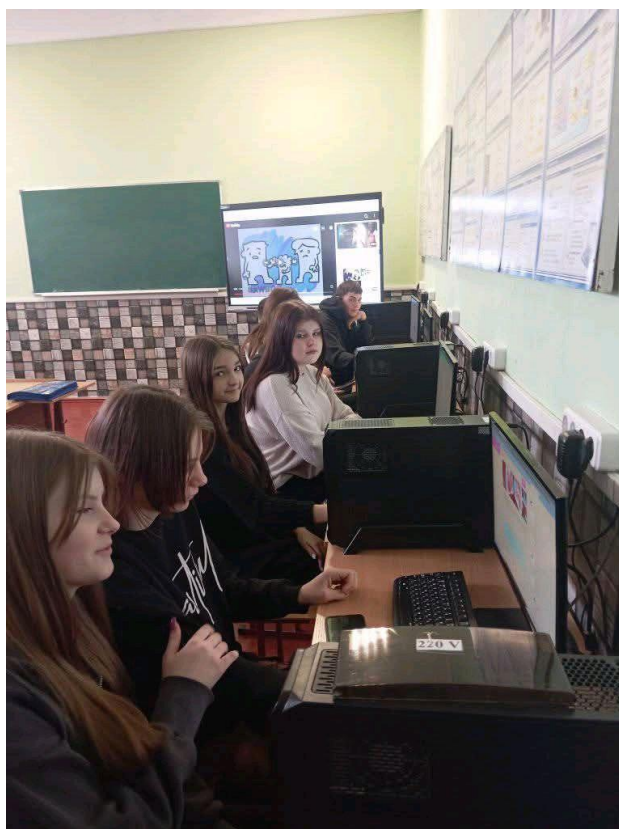
Опитувальний бланк ситуативної тривожності за методикою «Шкала реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілбергера - Ю.Л. Ханіна»

№	Судження	Ні, це не так	Напевно так	Так, вірно	Дійсно вірно
1	Я спокійний	1	2	3	4
2	Мені нічого не загрожує	1	2	3	4
3	Я перебуваю в напруженні	1	2	3	4
4	Я внутрішньо скутий	1	2	3	4
5	Я відчуваю себе вільно	1	2	3	4
6	Я засмучений	1	2	3	4
7	Мене хвилюють можливі невдачі	1	2	3	4
8	Я відчуваю душевний спокій	1	2	3	4
9	Я стривожений	1	2	3	4
10	Я відчуваю внутрішнє задоволення	1	2	3	4
11	Я впевнений в собі	1	2	3	4
12	Я нервуюсь	1	2	3	4
13	Я не знаходжу собі місця	1	2	3	4
14	Я напружений	1	2	3	4
15	Я не відчуваю скутості, напруження	1	2	3	4
16	Я задоволений	1	2	3	4
17	Я стурбований	1	2	3	4
18	Я дуже збуджений і мені не по собі	1	2	3	4
19	Мені радісно	1	2	3	4
20	Мені приємно	1	2	3	4

Опитувальний бланк особистісної тривожності за методикою «Шкала реактивної (ситуативної) та особистісної тривожності Ч.Д. Спілбергера - Ю.Л. Ханіна»

№	Твердження	Ніколи	Майже ніколи	Часто	Майже завжди
21	У мене буває піднесений настрій	1	2	3	4
22	Я буваю дратівливим	1	2	3	4
23	Я легко впадаю в розпач	1	2	3	4
24	Я хотів б бути таким ж щасливим як і інші	1	2	3	4
25	Я тяжко переживаю неприємності та довго не можу про них забути	1	2	3	4
26	Я відчуваю приплив сил і бажання працювати	1	2	3	4
27	Я спокійний, урівноважений та зібраний	1	2	3	4
28	Мене турбують можливі труднощі	1	2	3	4
29	Я дуже переживаю через дрібниці	1	2	3	4
30	Я буваю цілком щасливий	1	2	3	4
31	Я все приймаю близько до серця	1	2	3	4
32	Мені не вистачає впевненості в собі	1	2	3	4
33	Я відчуваю себе беззахисним	1	2	3	4
34	Я намагаюсь уникати критичних ситуацій та труднощів	1	2	3	4
35	У мене буває хандра	1	2	3	4
36	Я буваю задоволений	1	2	3	4
37	Усілякі дрібниці відволікають і хвилюють мене	1	2	3	4
38	Буває, що я відчуваю себе невдахою	1	2	3	4
39	Я врівноважена людина	1	2	3	4
40	Мене охоплює неспокій, коли я думаю про свої справи і турботи	1	2	3	4

Фото під час апробації програми медіаграмотності



Додаток Д

Фото під час апробації програми медіаграмотності

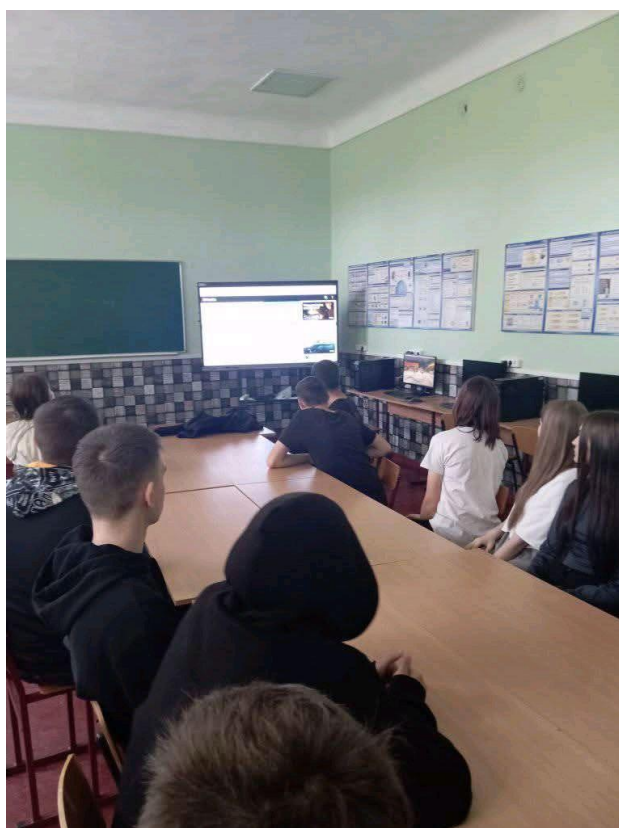


Фото під час апробації програми медіаграмотності

