

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри журналістики та  
мовної комунікації  
\_\_\_\_\_ проф. Світлана ХАРЧЕНКО  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«МЕДІАПСИХОЛОГІЯ І СИНДРОМ «СПОСТЕРІГАЧА ВІЙНИ»:  
ЯК ПОСТІЙНЕ СПОЖИВАННЯ ВОЄННОГО КОНТЕНТУ  
ВПЛИВАЄ НА ПСИХІКУ.»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми

доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра

доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

НУБіП України

Людмила РИЖЕНКО

Виконала

Валерія ЗИМЕНОК

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики та  
мовної комунікації

\_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проєкту бакалавра студенту

Спеціальність 061 Журналістика

Тему дипломного проєкту бакалавра: **«Медіапсихологія і синдром «спостерігача війни»: як постійне споживання воєнного контенту впливає на психіку.»** затверджено наказом ректора НУБіП України від 27 січня 2025 р. № 90 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру 01.05.2025

**Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра:**

Застосовано такі методи: теоретичний, який дозволив систематизувати теоретичні матеріали щодо понять «спостерігача війни»

**Перелік питань, які потрібно розробити:** провести опитування для подальшого аналізу синдрому «спостерігача війни», відео-інтерв'ю з психіатром.

Дата видачі завдання «01» жовтня 2024 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра

доцент кафедри журналістики та мовної комунікації

НУБіП України

Людмила РИЖЕНКО

Завдання прийняв до виконання

Валерія ЗИМЕНОК

Деканові гуманітарно-  
педагогічного факультету  
доц. Інні САВИЦЬКІЙ

студентка 4 курсу  
групи Жур-21003б  
спеціальності «Журналістика»  
ОС «бакалавр»  
*Зименок Валерії Миколаївни*

### **ЗАЯВА**

Прошу закріпити мене для виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи (дипломного проекту бакалавра) за кафедрою журналістики та мовної комунікації та призначити керівником *доцента кафедри журналістики та мовної комунікації НУБіП України*

Тема роботи: «Медіапсихологія і синдром «спостерігача війни»: як постійне споживання воєнного контенту впливає на психіку.»

28.09.2024

Підпис

### **ПОГОДЖЕНО**

Декан факультету  
Завідувач кафедри  
Керівник дипломного  
проекту бакалавра

Інна САВИЦЬКА  
Світлана ХАРЧЕНКО  
Людмила РИЖЕНКО  
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

<b>Зміст</b>	
<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>РОЗДІЛ 1. Аспекти медіапсихології у воєнному контексті</b> .....	10
<b>1.1. Психологічна обробка воєнного контенту: механізми сприйняття</b> .....	10
<b>1.2. Синдром «спостерігача війни»: термін, передумови виникнення</b> .....	18
<b>1.3. Особливості споживання воєнного контенту через цифрові платформи</b> .....	25
<b>РОЗДІЛ 2. Практичне дослідження</b> .....	34
<b>2.1. Організація інтерв'ю</b> .....	34
<b>2.2. Аналіз інтерв'ю</b> .....	35
<b>2.3. Розробка анкети для вивчення реакцій аудиторії</b> .....	37
<b>2.4. Аналіз результатів проведення майстер - класу : тенденції, графіки, висновки</b> .....	40
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	51
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	57

## ВСТУП

У сучасних умовах інформаційного суспільства медіа відіграють ключову роль у формуванні світогляду, емоційного стану та поведінки людей. Особливо це проявляється під час збройних конфліктів, коли потік новин про війну стає постійним і інтенсивним, впливаючи на психіку мільйонів людей. Тема моєї дипломної роботи — «Медіапсихологія і синдром “спостерігача війни”»: як постійне споживання воєнного контенту впливає на психіку» — є надзвичайно актуальною, оскільки вона охоплює не лише аспекти журналістики, а й психологічні, соціальні та культурні наслідки масового впливу інформації про війну.

Актуальність дослідження полягає в тому, що тривале споживання контенту, пов'язаного з насильством, руйнуванням та стражданням, може призводити до тривожних розладів, апатії, емоційного вигорання та навіть посттравматичного стресового синдрому (ПТСР) у людей, які безпосередньо не перебувають у зоні бойових дій. Це явище, відоме як синдром «спостерігача війни», потребує глибокого аналізу з точки зору медіапсихології, соціальних комунікацій та журналістської етики.

Метою роботи є дослідження механізмів впливу воєнного контенту на психіку аудиторії, виявлення основних симптомів синдрому «спостерігача війни» та аналіз стратегій медіагігієни для зменшення негативних наслідків.

Завдання дослідження:

- проаналізувати теоретичні підходи медіапсихології та соціальної психології щодо сприйняття воєнного контенту;
- дослідити поняття синдрому «спостерігача війни» та його прояви;
- провести практичне дослідження (опитування, інтерв'ю з експертами);
- розробити рекомендації для журналістів та медіаспоживачів щодо зменшення негативного впливу.

Об'єкт дослідження — медіапростір під час війни, зокрема контент, пов'язаний із збройними конфліктами.

Предмет дослідження — психологічний вплив воєнного контенту на аудиторію та механізми формування синдрому «спостерігача війни».

Методи дослідження:

- аналіз наукових праць з медіапсихології, соціології та журналістики;
- кількісний та якісний аналіз даних (опитування, інтерв'ю);
- інфографіка та візуалізація результатів;
- експериментальні методи (майстер-клас з медіагігієни).

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані:

- журналістами та медіапрофесіоналами для більш етичного висвітлення воєнних подій;
- психологами та терапевтами для розробки методів допомоги людям із симптомами синдрому;
- медіаосвітніми проектами для популяризації свідомого споживання інформації.

Структура роботи включає теоретичний розділ (аналіз наукових підходів до медіапсихології та синдрому «спостерігача війни») та практичну частину (результати опитувань, інтерв'ю з психіатром, аналіз інфопродукту — журналу та Instagram-сторінки).

У дослідженні використано матеріали опитувань (посилання: Google Forms), експертні інтерв'ю (зокрема, відеоінтерв'ю з психіатром: YouTube), а також власний інформаційний продукт, спрямований на підвищення обізнаності про медіагігієну.

Ця робота є дипломним дослідженням, а не просто теоретичним оглядом, оскільки включає власні аналітичні висновки, візуалізацію даних та практичні рекомендації. Вона сприяє розумінню того, як медіа можуть як завдавати шкоди, так і ставати інструментом психологічної підтримки в умовах війни.

Ключові аспекти, які будуть розглянуті:

- Погляди науковців (медіапсихологів, соціологів, психотерапевтів) на проблему;

- Аналіз графіків, діаграм та інфографіки, що ілюструють вплив воєнного контенту;
- Результати опитувань та інтерв'ю, які підтверджують або спростовують гіпотези дослідження;

Таким чином, дана робота спрямована на комплексне вивчення синдрому «спостерігача війни» та пропозицію шляхів зменшення його негативного впливу через свідоме медіаспоживання.

## РОЗДІЛ 1. Аспекти медіапсихології у воєнному контексті

### 1.1. Психологічна обробка воєнного контенту: механізми сприйняття

Споживання інформації про війну значно відрізняється від перегляду інших типів медіаконтенту, оскільки тісно пов'язане з прямим впливом на психічне здоров'я людини. Йдеться не просто про отримання фактів чи новин, а про глибоке психологічне залучення, яке активізує базові механізми виживання. Людина не залишається байдужою, оскільки зображення насильства, руйнувань і смерті на екрані або в новинних заголовках сприймаються мозком як потенційна загроза. Це викликає негайну стресову реакцію, незалежно від реальної близькості до подій. Першою реагує лімбічна система – зокрема, мигдалеподібне тіло, яке відповідає за ідентифікацію небезпеки та формування страху. Ця нейропсихологічна активація пояснює, чому навіть пасивне спостереження за новинами про бойові дії може викликати фізіологічні симптоми: підвищене серцебиття, м'язову напругу, зміну дихання.

Після первинного спалаху емоцій відбувається когнітивна обробка побаченого, проте за умов інформаційної перенасиченості вона часто порушується. Постійний контакт із травматичним контентом у медіа змушує психіку перебувати у стані хронічного збудження. Цей стан у психіатрії розглядається як чинник розвитку тривожних розладів, симптомів депресії та емоційного вигорання. Саме тому зростає актуальність досліджень феномену «спостерігача війни» – людини, яка не бере безпосередньої участі у бойових діях, але щодня споживає відео, фото та повідомлення про війну через медіа. Таке постійне споживання формує у психіці глибокі захисні патерни – або відстороненість (емоційне знечулення), або надмірне залучення (гіперчутливість, панічні реакції, постійні думки про війну, труднощі з концентрацією).

Проблема полягає у тому, що медіа, особливо в умовах воєнного часу, мають високий рівень емоційної напруги. При цьому журналісти рідко

верифікують психологічні наслідки для аудиторії. В українському медіапросторі після 2022 року спостерігається значне збільшення обсягів воєнного контенту, зокрема на платформах Telegram, Instagram, TikTok. Проте, незважаючи на поширення терміна «медіатравма» в журналістиці, досі бракує системного аналізу, підкріпленого емпіричними дослідженнями. Науковці, які займаються медіапсихологією, вказують на необхідність роботи з даними: статистикою психічних розладів унаслідок перегляду контенту, аналізом поведінкових змін, оцінкою візуального навантаження. Без цього розмова про синдром «спостерігача війни» залишається поверховою.

У такому контексті доречними є дослідження, які використовують дані ЕЕГ (електроенцефалографії) або функціонального МРТ для вивчення реакцій мозку на воєнні зображення. Згідно з публікаціями у журналах *Journal of Traumatic Stress* та *Psychological Trauma*, регулярне споживання подібного контенту може викликати активацію тих самих зон мозку, що й у ветеранів бойових дій. Тобто, медіа-контент здатен імітувати ефекти посттравматичного стресового розладу (ПТСР). При цьому особливо уразливими є діти, підлітки та люди з уже наявними тривожними симптомами.

Для журналістських матеріалів із воєнної тематики потрібна принципово інша модель подачі. Недостатньо лише інформувати – слід зважати на психологічні наслідки для аудиторії. Інакше медіа, хоч і ненавмисно, стають ретрансляторами травми. У цьому контексті ключовою є проблема етичної відповідальності редакцій, яка, на жаль, часто ігнорується в гонитві за охопленням та кількістю переглядів[1].

Психологічна обробка інформації про військові події є складним процесом, що поєднує миттєві емоційні реакції з намаганням раціонального осмислення. В умовах сучасного інформаційного перенавантаження цей механізм часто дає збої, що актуалізує потребу у подальшому вивченні та розробці практичних рекомендацій для мінімізації негативного впливу на споживачів контенту.

Важливим чинником у цьому процесі виступає феномен "медіаекспозиції", коли індивід систематично піддається впливу травматичного контенту через

соціальні мережі та новинні стрічки. Це призводить до явища вторинної травматизації, коли навіть особи, далекі від зони бойових дій, демонструють симптоми, аналогічні тим, що спостерігаються у постраждалих. Такий ефект свідчить про глибокий вплив медіаматеріалів на несвідомі пласти психіки.

Механізми сприйняття військової інформації характеризуються складною динамікою взаємодії між емоційними, когнітивними та поведінковими компонентами. Розуміння цієї взаємодії має вирішальне значення як для розробки ефективних стратегій журналістської роботи, так і для формування психологічної стійкості аудиторії в умовах інформаційного тиску. Це особливо актуально для створення спеціалізованих інформаційних продуктів, що працюють з воєнною тематикою[2].

Когнітивний рівень сприйняття передбачає комплексний процес обробки фактів, їх інтерпретації та критичної оцінки. На цьому етапі відбувається інтеграція нових даних з існуючими знаннями, ціннісними орієнтаціями та особистісними переконаннями. Однак під впливом емоційного перенапруження, характерного для споживання воєнних новин, когнітивні процеси зазнають значних спотворень. Психіка, намагаючись зменшити відчуття тривоги, нерідко запускає механізми захисту, що призводять до суб'єктивного перекручення інформації.

Ці спостереження підкреслюють необхідність подальших досліджень у галузі медіапсихології та розробки практичних рекомендацій для журналістів і споживачів медіа з метою мінімізації негативного впливу воєнного контенту на психіку.

Індивідуальні особливості особистості суттєво впливають на те, як людина сприймає воєнний контент. Дослідження показують, що такі фактори, як попередній досвід, рівень тривожності, емпатії, стресостійкості та когнітивної гнучкості, визначають глибину та характер сприйняття інформації про війну. Наприклад, особи з підвищеним рівнем тривожності можуть сприймати воєнні новини як безпосередню загрозу, що призводить до катастрофізації та надмірного страху. Натомість ті, хто має високий рівень стресостійкості, здатні

краще контролювати свої емоційні реакції та об'єктивно оцінювати отриману інформацію.

Феномен фрагментарного сприйняття воєнного контенту також заслуговує на увагу. Через постійне інформаційне перевантаження та емоційне виснаження багато людей обмежуються поверхневим ознайомленням з новинами, уникаючи глибокого аналізу. Це може призводити до формування викривлених уявлень про реальні події та зниження критичності мислення.

Когнітивне сприйняття воєнного контенту часто супроводжується зниженням критичності мислення, домінуванням автоматизованих схем обробки інформації та посиленням емоційних спотворень реальності. Усвідомлення цих психічних процесів є надзвичайно важливим як для фахівців медіасфери, які створюють і поширюють інформацію, так і для самих споживачів новин. Таке розуміння сприяє розвитку більш високого рівня медіаграмотності і формуванню психологічної резиліентності, що є вкрай необхідним в умовах інформаційних криз[3].

Зокрема, дослідження, проведене під час війни в Україні, показало, що негативне сприйняття медіа (як новинних, так і художніх) пов'язане з підвищеним рівнем тривожності та дистресу, а також зниженням психологічної резиліентності. Це підкреслює важливість розуміння впливу медіа на психіку та необхідність розробки стратегій для зменшення негативних наслідків.

Психологічна обробка воєнного контенту в медіа викликає значне емоційне навантаження на глядачів, що може призводити до активізації механізмів психологічного захисту. Ці механізми, такі як заперечення, емоційне відсторонення та знецінення, є адаптивними стратегіями, спрямованими на збереження психічної рівноваги в умовах підвищеного стресу.

Дослідження Інституту соціології НАН України, проведене у 2024 році, показало, що 79,4% українців відчувають негативні емоції від споживання медіа, що робить його найсильнішим фактором психологічного напруження під час війни. Особливо вразливими до медіастресу виявилися жінки та люди старшого віку. У 2024 році 84,9% жінок зазначили негативний вплив медіа, тоді як серед

чоловіків цей показник становив 73,6%. Серед осіб віком 60–69 років 87,2% відчують стрес від медіа, порівняно з 70% у віковій групі 18–23 роки.

Крім того, дослідження, проведене серед студентів Національного університету «Києво-Могилянська академія», виявило, що 62,6% жінок та 36,5% чоловіків мали симптоми посттравматичного стресового розладу (ПТСР). Найпоширенішим фактором стресу була «безперервна загроза негативних подій», яка була присутня у 98,2% респондентів. Найвищий рівень стресу (8,3 з 10) викликав фактор «смерть/серйозне поранення члена сім'ї або близького друга».

У контексті медіа, дослідження Ірини Пуцяти з Національного університету «Львівська політехніка» підкреслює, що телеканали, змушуючи глядачів стати віртуальними свідками подій війни, транслюють на них стрес, який часто може викликати психічну травму чи посттравматичний стресовий розлад. Серед факторів, які посилюють травматичність матеріалів, є демонстрація катувань, моральних і фізичних знущань, а також акцент на невизначеності та безвихідності ситуації[4].

Ці дані свідчать про необхідність розробки стратегій медіаграмотності та психологічної підтримки для населення, щоб мінімізувати негативний вплив воєнного контенту на психіку. Зокрема, важливо підвищувати обізнаність про механізми психологічного захисту та надавати інструменти для ефективного управління емоційним станом в умовах інформаційного тиску.

У відповідь на постійне емоційне навантаження, спричинене тривожним інформаційним потоком, багато людей свідомо обмежують свій контакт із негативними новинами. Вони зменшують час, відведений на перегляд чи читання новин, або ж віддають перевагу альтернативним джерелам інформації, які подають матеріал у менш загрозливій і тривожній формі, зменшуючи акценти на страхітливих деталях. Таке усвідомлене регулювання інформаційного потоку виступає як форма самозахисту, спрямована на підтримання психологічного благополуччя особистості.

Водночас існує і протилежна поведінкова стратегія, яка проявляється у постійному моніторингу новин людиною, що прагне бути поінформованою про кожну деталь подій. Підсвідомою мотивацією такої поведінки є бажання зберегти ілюзію контролю над ситуацією, адже отримання нової інформації створює відчуття, що знання допоможе уникнути небезпеки. Проте на практиці ця стратегія часто призводить до зворотного ефекту — накопичення емоційної втоми, розвитку хронічної тривожності, посилення психологічного виснаження, а іноді навіть до явища інформаційного вигорання.

Таким чином, механізми психологічного захисту в процесі споживання воєнного контенту виступають невід'ємною складовою адаптивної відповіді людини на складну інформаційну реальність, що виникає в умовах кризових ситуацій. Усвідомлення цих механізмів є важливим не лише для самих споживачів інформації, а й для журналістів, які повинні враховувати етичні аспекти створення і поширення контенту в умовах збройних конфліктів[5].

Інтенсивність та тривалість впливу воєнного контенту відіграють ключову роль у формуванні характеру та глибини психологічної реакції людини. Якщо одноразовий або короткочасний контакт із матеріалами про насильство, жорстокість чи трагедії викликає сильний, але здебільшого швидкоплинний емоційний шок, то систематичне й безперервне споживання подібного контенту сприяє формуванню стійких змін у структурі психоемоційного реагування. Психологічна реакція залежить не лише від змісту конкретного повідомлення, а й від кількості пов'язаних темою матеріалів, частоти звернення до новинних джерел та умов, за яких відбувається споживання інформації. Ця складна динаміка формує непередбачувані варіації психічного стану читача чи глядача[6].

З часом постійне надходження шокуючої інформації призводить до перевантаження емоційних ресурсів людини. У ситуації тривалого впливу воєнного контенту організм втрачає здатність адекватно обробляти отриману інформацію, внаслідок чого психіка переходить у стан хронічної напруги. Цей стан проявляється підвищенням рівня тривожності, появою симптомів депресії,

а також зниженням здатності до співпереживання та емоційного відгуку. Часто можна спостерігати явище емоційного оніміння, коли події, що раніше викликали глибокі емоції — жах, співчуття чи обурення, — перестають сприйматися як виняткові або варті серйозної емоційної реакції. Саме в цьому полягає особлива небезпека тривалого споживання воєнної інформації — поступове звикання до травматичних матеріалів і як наслідок формування певних деформацій у сприйнятті реальності [8].

Особливо вразливими до таких наслідків є ті користувачі, у яких відсутні сформовані механізми самозахисту або інформаційної гігієни, а також ті, хто споживає великі обсяги контенту, не усвідомлюючи, що це може бути джерелом психологічної загрози. Для таких людей вплив стає не просто фоновим, а домінантним у структурі щоденного досвіду, коли воєнні новини перетворюються на основну або навіть єдину інформаційну реальність. Як результат, виникає синдром «спостерігача війни» — психологічне явище, яке поєднує в собі симптоми хронічного стресу, інформаційної залежності, відчуження та втрати відчуття безпеки. Цей феномен буде детальніше проаналізований у наступному розділі роботи [9].

Таким чином, інтенсивність і тривалість впливу воєнного контенту не тільки посилюють поточні емоційні реакції, а й поступово трансформують психіку на глибинному рівні. У сучасних умовах медіареальності, де інформаційний потік практично безперервний, ці фактори набувають особливої ваги як для практики журналістів, так і для медіапсихологічних досліджень.

Особливу роль у посиленні емоційного впливу відіграє візуальна складова сучасних медіа. Зображення руйнувань, відео бомбардувань, кадри поранених або загиблих людей викликають набагато глибші емоційні реакції, ніж звичайні текстові повідомлення. Візуальні образи міцніше закарбовуються у пам'яті, що часто провокує появу нав'язливих спогадів, які важко контролювати навіть при свідомому бажанні уникнути емоційного перенавантаження [10].

Психологічна обробка воєнного контенту є складним і багаторівневим процесом, у якому взаємодіють емоційні, когнітивні та захисні механізми

людини. На перший погляд може здатися, що ці складові діють автономно, проте насправді вони тісно переплітаються, утворюючи унікальну реакцію на безперервний потік шокувальної та емоційно насиченої інформації.

Емоційна складова визначає те, як саме людина переживає отриману новину чи повідомлення. Зображення насильства, кадри зі стражданнями або руйнуваннями викликають миттєву і гостру емоційну реакцію, яка може трансформуватися в тривогу, злість або ж, навпаки, апатію. З часом ці емоції набувають характеру постійних фонових відчуттів, що супроводжують людину щоразу при споживанні нового воєнного контенту. У довгостроковій перспективі це може призводити до емоційного виснаження, втрати чутливості до подій або, навпаки, до загостреного відчуття безнадії та безсилля [11].

Когнітивна складова пов'язана з процесом осмислення та інтерпретації інформації, що надходить. Оскільки воєнні новини зазвичай фрагментарні, неповні або суперечливі, формування цілісної картини реальності стає вкрай складним завданням. Війна, як інтенсивне і хаотичне явище, породжує великий обсяг різнорідних фактів і подій, що ускладнює їх упорядкування. Це породжує когнітивне напруження, оскільки людина намагається зрозуміти суть і причини подій, але через брак часу, можливостей для глибокого аналізу або перевірки інформації процес осмислення часто залишається неповним. Внаслідок цього може знижуватися здатність до критичного мислення, а також розмиваються моральні межі, що позначається на загальному сприйнятті дійсності.

Захисні механізми психіки виникають як реакція на тривалий і високий рівень стресу, викликаний безперервним впливом травматичного інформаційного потоку. Вони проявляються у вигляді уникнення сприйняття частини контенту: людина свідомо або підсвідомо намагається не дивитися або не слухати воєнні новини, обмежує доступ до певних джерел інформації. Іноді це проявляється у формі емоційного відключення, коли спостерігач починає гасити свої почуття, щоб зберегти психічну рівновагу. Хоча такі механізми в короткостроковій перспективі допомагають впоратися зі стресом, з часом вони можуть призводити до відчуття відчуженості від реальності або, навпаки, до

надмірного зосередження на трагічних аспектах подій, що також негативно впливає на психологічний стан особистості [12].

Цей взаємозв'язок емоційних, когнітивних та захисних механізмів визначає те, як людина реагує на інформаційний стрес і які стратегії поведінки обирає для подолання нього. Психологічна обробка воєнного контенту не завжди обмежується миттєвою реакцією. Вона має довготривалі наслідки для психічного стану, сприяючи розвитку таких явищ, як синдром «спостерігача війни», коли людина, постійно споживаючи інформацію про насильство та руйнування, починає переживати емоційну та психологічну травму, не маючи прямого контакту з подіями. Це може призвести до хронічних переживань стресу, тривоги, депресії, а також до більш глибоких проблем, таких як втрати сенсу життя або відчуття безнадійності. Тому розуміння цього процесу є важливим для розробки стратегій підтримки психічного здоров'я людей, які перебувають у постійному контакті з воєнним контентом через цифрові платформи.

## **1.2. Синдром «спостерігача війни»: термін, передумови виникнення**

У контексті сучасних медіадосліджень та психології термін «синдром спостерігача війни» набув особливої актуальності, що зумовлено як поширенням цифрових технологій, так і практично безперервним доступом до інформації про збройні конфлікти у реальному часі. У цій роботі під синдромом «спостерігача війни» я розумію особливий психологічний стан людини, яка, не будучи безпосереднім учасником воєнних дій, однак регулярно споживаючи новини про війну через засоби масової інформації, соціальні мережі та інші цифрові платформи, зазнає глибокого емоційного, когнітивного та психосоматичного впливу [13].

Цей синдром проявляється як специфічна форма дистанційної травматизації, коли психіка людини реагує на чужі страждання так, ніби вона сама перебуває у зоні бойових дій або має безпосередній зв'язок із жертвами

війни. Часте спостереження за трагічними подіями через екрани смартфонів, телевізорів чи комп'ютерів призводить до розвитку станів, характерних для посттравматичного стресового розладу, навіть за відсутності реальної фізичної загрози. Інформаційна взаємодія з воєнним контентом поступово руйнує відчуття безпеки, формує хронічне відчуття тривоги, беспорядності та емоційного виснаження. Людина, яка переживає синдром «спостерігача війни», не лише втрачає здатність сприймати воєнні новини відсторонено, а й підсвідомо ідентифікує себе з постраждалими, що підсилює емоційне навантаження і ускладнює процес психологічного відновлення.

Дослідження цього явища має важливе значення для сучасної журналістики, оскільки ставить під питання не тільки етичні аспекти висвітлення збройних конфліктів, але й відповідальність ЗМІ за вплив, який вони здійснюють на масову свідомість. У реаліях цифрової епохи, коли межа між особистим простором людини та глобальними трагедіями дедалі більше стирається, проблема синдрому «спостерігача війни» вимагає комплексного міждисциплінарного підходу — з урахуванням як медіапсихологічних, так і соціокультурних, економічних і гуманітарних факторів[14].

Таким чином, розуміння суті синдрому «спостерігача війни» дозволяє глибше усвідомити психологічні механізми впливу воєнного контенту на споживача інформації та вказує на необхідність розробки ефективних стратегій захисту психічного здоров'я у контексті сучасного медіапростору.

Передумови виникнення синдрому «спостерігача війни» тісно пов'язані з кількома соціокультурними та технологічними факторами, які переплітаються в умовах сучасного інформаційного середовища. Війни в епоху цифрових технологій, на відміну від минулих століть, більше не є локальними подіями, що відбуваються у віддалених точках планети, а перетворюються на події, які транслюються в режимі реального часу. Користувачі Інтернету можуть бути свідками цих подій майже безпосередньо, спостерігаючи відео, стріми, репортажі, фотографії або читаючи особисті свідчення людей, що переживають війну на собі. Це створює відчуття присутності в зоні бойових дій і

безпосередньої участі в трагедії, навіть якщо людина фізично знаходиться за тисячі кілометрів від місця подій[15].

Окрім цього, соціальні мережі та інші цифрові платформи, що стали основними каналами отримання новин для багатьох користувачів, грають важливу роль у поширенні воєнного контенту. Алгоритми цих платформ оптимізовані для того, щоб максимізувати увагу користувачів, підбираючи новини, які викликають сильні емоційні реакції. Це можуть бути шокуючі або емоційно насичені повідомлення, що привертають увагу, оскільки вони часто містять насильницькі зображення, трагедії або апокаліптичні картини майбутнього. Через це воєнний контент споживається набагато частіше, і емоційний вплив цих повідомлень посилюється, підвищуючи ймовірність розвитку синдрому «спостерігача війни» у людей, які регулярно контактують з таким контентом[16].

Зрештою, важливою передумовою виникнення цього синдрому є загальний стан соціальної нестабільності та глобальної невизначеності, з яким стикається сучасне суспільство. Зростаюча кількість кризових ситуацій, політична нестабільність, економічні труднощі, а також постійна загроза великих глобальних конфліктів створюють атмосферу тривожності та невизначеності. У такому середовищі люди стають більш вразливими до інформаційного стресу, що може спонукати їх до безперервного стеження за новинами, часто зловживаючи ресурсами соціальних мереж. Постійне перебування у такому емоційному стані, зумовлене інформаційною перевантаженістю, може призвести до того, що індивіди починають переживати почуття безпорадності та емоційного вигорання, що є частиною синдрому «спостерігача війни».

Ці фактори в сукупності створюють сприятливі умови для розвитку синдрому «спостерігача війни», оскільки споживання воєнного контенту не лише не дозволяє дистанціюватися від проблеми, а й призводить до її емоційного і когнітивного «вживлення», в результаті чого індивід починає сприймати чужі

трагедії як власні. Синдром, таким чином, стає результатом складної взаємодії технологій, соціокультурних умов і індивідуальних психологічних факторів[17].

Формування синдрому «спостерігача війни» є поступовим процесом, що розвивається у відповідь на регулярне споживання травматичного контенту. Спочатку людина може переживати сильну емпатію до постраждалих, що часто супроводжується бажанням допомогти. Це природне почуття співчуття, яке виникає, коли споживач новин бачить страждання інших людей через відео, репортажі чи фотознімки. Спочатку таке емоційне залучення може бути стимулом для активних дій, таких як підтримка благодійних ініціатив, донорство або інші форми допомоги. Однак при тривалому впливі воєнного контенту і постійному контакті з шокуючими або травматичними новинами цей ефект починає поступово згасати.

З часом накопичення травматичних повідомлень призводить до емоційної втоми, коли споживач новин відчуває труднощі в обробці постійного потоку негативної інформації. Тривожність, яка спочатку виникає внаслідок споживання новин, поступово набуває хронічного характеру. Людина починає відчувати постійну напругу, що важко зняти навіть за допомогою звичних способів розслаблення. Відчуття безсилля та провини за свою неспроможність вплинути на ситуацію стає дедалі глибшим, оскільки споживач все більше відчуває власну незначність перед величезними масштабами трагедії. Це почуття безпорадності посилюється, коли новини знову і знову показують ті самі страшні картини насильства, руйнувань та страждань, не даючи можливості для реального втручання чи змін[18].

Як результат, накопичення емоційного навантаження веде до хронічного стресу. Людина може виявити симптоми депресії, відчуття безнадійності, втрати сенсу життя чи емоційної відстороненості від того, що відбувається навколо. Це може супроводжуватися порушеннями сну, такими як безсоння або часті нічні пробудження, коли у підсвідомості залишаються картини насильства та трагедій. Окрім того, відсутність можливості ефективно реагувати на події може призвести до когнітивного виснаження, коли людина відчуває, що більше не

здатна обробляти потік інформації або робити значущі розумові зусилля для аналізу ситуації. У деяких випадках ці симптоми можуть бути настільки вираженими, що нагадують симптоми посттравматичного стресового розладу, хоча особа, що переживає їх, не брала безпосередньої участі у військових діях і не переживала травму фізично.

Це свідчить про серйозні наслідки постійного споживання воєнного контенту, що може мати на психіку не менший вплив, ніж безпосереднє переживання бойових дій. Травматичні новини, що постійно ллються через медіа-канали та соціальні мережі, можуть залишати глибокий психологічний слід, навіть у тих, хто не є безпосереднім учасником конфлікту. Таким чином, синдром «спостерігача війни» не обмежується лише тим, хто знаходиться в зонах бойових дій, а охоплює значну частину населення, яка піддається постійному впливу негативної інформації через медіа-платформи[19].

Одним із важливих чинників, які сприяють розвитку синдрому «спостерігача війни», є ефект співпричетності, що посилюється через соціальні мережі. В епоху цифрових технологій доступ до інформації став значно легшим та миттєвим, що створює нові умови для сприйняття воєнних подій. Через соціальні мережі люди отримують не лише традиційні новини від офіційних медіа, а й зможуть спостерігати за особистими історіями очевидців, переглядати фотографії та відеозаписи, що зафіксували миті трагедії та болю. Цей доступ до зображень і відео з місць подій створює ілюзію безпосередньої причетності до трагедії, навіть якщо людина фізично не перебуває у зоні бойових дій. Вона може відчувати, що знаходиться на місці події, переживає те ж саме, що і постраждалі.

Цей ефект глибокого співпереживання спочатку може виглядати як природна реакція на людське горе. Людина, що переживає ці емоції, може відчувати себе частиною більшого процесу, намагаючись допомогти, ділитися інформацією, підтримувати постраждалих через різноманітні благодійні ініціативи. Однак при тривалому впливі цей ефект може мати зворотний бік: активне залучення до чужих трагедій спричиняє надмірне емоційне навантаження. Постійне споживання такого контенту без належного емоційного

захисту може призвести до виснаження психіки, оскільки людина не має можливості дистанціюватися від пережитих емоцій. Відчуття безсилля перед масштабами трагедії та відсутність реальних способів допомоги може викликати розчарування, зневіру, а з часом і відчуття емоційного вигорання.

Ілюзія безпосередньої причетності, яка виникає через соціальні мережі, також посилюється через алгоритми платформ, які оптимізують контент таким чином, щоб залучити увагу користувачів. Це означає, що чим більше людина взаємодіє з воєнним контентом, тим більше подібних повідомлень їй пропонується, що збільшує інтенсивність емоційного впливу. Часом це призводить до того, що користувач стає підданий впливу травматичних новин не лише через власну ініціативу, а й через нав'язливий характер рекомендацій, що постійно нагадують про жахливі події[20].

Таке надмірне емоційне залучення, як правило, не дає часу на емоційну перерву чи обробку пережитих емоцій. Це може призводити до хронічного стресу, емоційного виснаження, а іноді навіть до розвитку симптомів, що нагадують посттравматичний стресовий розлад. Людина, що постійно споживає воєнний контент через соціальні мережі, може відчувати, що її психіка перебуває під постійним тиском, що й призводить до розвитку синдрому «спостерігача війни».

Синдром «спостерігача війни» є багатофакторним і складним явищем, що поєднує в собі елементи медіапсихології, соціокультурних процесів та індивідуальних характеристик особистості. Цей синдром виникає, коли людина, хоча й не бере безпосередньої участі в воєнних діях, стає емоційно і психологічно впливовою через постійне споживання травматичних повідомлень з новин та соціальних медіа. Його природа полягає в глибокому емоційному залученні до подій, що трапляються в інших країнах або навіть на інших континентах, і при цьому створюється ілюзія безпосередньої причетності до цих подій.

Цей синдром має вплив на психіку, який поширюється далеко за межі індивідуальних переживань. Він не тільки зачіпає емоційну сферу особистості, але й може впливати на соціальні структури та культурні особливості певних

спільнот. Наразі, в умовах безперервного інформаційного потоку, особливо у цифрову епоху, люди споживають контент, що підвищує рівень стресу, занепокоєння, а також формує нові соціальні взаємодії, включаючи солідарність з постраждалими, а іноді й відчуження від іншої частини світу. Наслідки такого синдрому для суспільства можуть бути тривалими і глибокими, оскільки вони впливають на колективний емоційний стан, рівень довіри та соціальну згуртованість[21].

Психологічні наслідки постійного споживання воєнного контенту також мають потенціал змінити культурні орієнтири та сприйняття нормальності. Люди, які регулярно спостерігають за такими подіями, можуть поступово втрачати здатність до емоційної дистанції та неадекватно реагувати на подібні події в реальному житті. Це може сприяти зниженню рівня соціальної довіри, оскільки люди починають сприймати світ через призму страху і тривоги, що створює певну соціальну нестабільність. Водночас, цей феномен може мати значний економічний вплив, особливо в період післявоєнного відновлення, коли громадянське суспільство намагається відновити нормальні умови життя після конфлікту. Психологічне виснаження та травматизація може вплинути на працездатність населення, його здатність до адаптації та розвитку, що, у свою чергу, призводить до затримок у відновленні економіки та соціальних структур[22].

З огляду на це, важливість розуміння синдрому «спостерігача війни» не обмежується лише журналістами чи медіаекспертами. Воно є надзвичайно актуальним для психологів, культурологів, соціологів та навіть економістів. Враховуючи сучасний стан глобальних конфліктів і безперервний потік новин, що супроводжують ці події, розуміння психологічних та соціальних ефектів такого контенту дозволяє не лише розробляти більш ефективні стратегії інформаційного управління, а й допомогти у створенні адаптивних механізмів для підтримки психічного здоров'я громадян в умовах війни та післяконфліктного відновлення.

### **1.3. Особливості споживання воєнного контенту через цифрові платформи**

У сучасну епоху цифрових технологій способи отримання та споживання інформації про воєнні конфлікти зазнали значних змін. Технологічний прогрес, який дозволяє миттєво передавати повідомлення до кінцевих споживачів, значно скорочує часову відстань між моментом події і моментом її сприйняття аудиторією. Це дає змогу людям не лише дізнаватися про трагедії чи конфлікти майже одразу після їхнього виникнення, але й створює ефект миттєвої присутності, що поглиблює емоційну реакцію на такі події. Завдяки високій швидкості поширення інформації через цифрові платформи, люди можуть буквально спостерігати за подіями в реальному часі, переживаючи їх разом із учасниками[23].

Цифрові платформи, зокрема соціальні мережі, новинні сайти, блоги, месенджери та відеострімінгові сервіси, створюють новий тип споживання контенту, який суттєво відрізняється від традиційних каналів комунікації. Такий контент характеризується не лише високою швидкістю, а й емоційністю. Високий рівень емоційного навантаження матеріалів, що передаються, здатен збуджувати сильні почуття в аудиторії, викликаючи реакції, близькі до реакцій, які спостерігаються при безпосередньому участі в подіях. Приміром, відео з місця подій, фотографії потерпілих чи прямих ефірів дозволяють глядачеві відчувати себе частиною того, що відбувається. Вони також дають можливість безпосередньо вступати в інтерактивний діалог із іншими користувачами, обмінюючись думками, переживаннями та співчуттями, що ще більше посилює емоційний вплив.

Цей процес інтерактивності стає важливою складовою сучасного споживання новин. Люди не лише пасивно спостерігають за подіями, але й активно долучаються до їхнього обговорення, створюють власні наративи, що можуть підсилювати сприйняття події. Завдяки цій взаємодії кожен споживач новин стає не просто спостерігачем, а й учасником інформаційного процесу, що

перетворює традиційне сприйняття новин на більш особистісно залучену та емоційно активну взаємодію. У цьому контексті інтернет і соціальні мережі формують новий тип психологічного впливу, який є значно сильнішим та інтенсивнішим порівняно з традиційними медіа[24].

Цифрові платформи також змінюють сприйняття актуальності новин. Через алгоритми, що автоматично підбирають контент для користувачів, відбувається концентрація уваги на найбільш емоційно навантажених або шокуючих матеріалах. Це може призводити до своєрідної інформаційної перегрузки, коли кожна новина набуває форми маленького шоку, знову і знову активуючи емоційні механізми захисту або стресу у споживачів. Постійне перебування в такому інформаційному середовищі створює ілюзію безперервної війни або кризи, в якій глядач є не лише свідком, але й емоційно залученим учасником.

Однією з основних характеристик сучасного споживання воєнного контенту через цифрові платформи є його постійна доступність. Завдяки цілодобовому оновленню новин і матеріалів, користувачі мають змогу отримувати інформацію в будь-який момент, що не тільки дозволяє їм бути в курсі всіх подій, але й активно впливає на їхнє емоційне сприйняття. Ця безперервна подача контенту створює враження, що користувач постійно знаходиться в епіцентрі подій, навіть якщо фізично не бере участі у конфліктах. Однак саме цей постійний потік новин може призвести до явища, відомого як інформаційне перенасичення, коли споживачі не встигають осмислити отриману інформацію і з часом знижують свою здатність до її критичного сприйняття[25].

Інформаційне перенасичення характеризується тим, що людина перестає реагувати на новини так, як це було на початку. Спочатку, при першому контакті з матеріалами, вони викликають емоційну реакцію — співчуття, страх, здивування, бажання допомогти. Проте з часом, під впливом постійного потоку таких новин, чутливість до них значно зменшується. Оскільки новини про війни і катастрофи з'являються щогодини, споживачі все частіше перестають відчувати інтенсивні емоції. Паралельно зменшується здатність до критичного

осмислення контексту і важливості подій, адже людина, що постійно піддається емоційному навантаженню, починає звикати до шокуючих зображень і новин. У результаті навіть найбільш трагічні матеріали можуть бути сприйняті як буденність, що, в свою чергу, сприяє пасивному поглинанню контенту без глибокої реакції або вивчення деталей ситуації.

Цей феномен має складні психологічні наслідки. По-перше, він може призвести до емоційного виснаження — стану, коли людина відчуває постійну втому через перенавантаження емоціями, що поступово призводить до притуплення чутливості. У свою чергу, це може спричинити почуття безсилля, коли людина відчуває, що, попри постійну присутність у контексті війни і насильства, вона нічого не може змінити. Цей процес може бути небезпечним для психічного здоров'я, адже з часом знижується здатність до переживання співчуття або навіть до відповідної реакції на події, що вимагають активного втручання[26].

Таким чином, постійне споживання воєнного контенту через цифрові платформи, попри зростання інформованості, веде до парадоксального ефекту — притуплення чутливості і зниження критичності сприйняття. Це ставить під загрозу не лише психологічне здоров'я індивідів, але й може впливати на соціальні процеси, зокрема на рівень активності населення в питаннях, що потребують громадської реакції чи допомоги.

Іншою важливою характеристикою сучасного інформаційного середовища є персоналізація контенту, що здійснюється через алгоритми цифрових платформ. Ці алгоритми аналізують поведінку користувачів, враховуючи їхні запити, лайки, коментарі та перегляди, і на основі цих даних формують індивідуалізовані стрічки новин. Для користувачів, які зацікавлені в певних темах, наприклад, у новинах про війну, алгоритми збільшують частоту показу подібного контенту, адаптуючи потік інформації до їхніх попередніх уподобань[27].

Цей процес має значний вплив на психологічне сприйняття реальності. У випадку із воєнним контентом, це означає, що людина, яка один раз зацікавилася

новинами про конфлікти чи війни, автоматично потрапляє в інформаційний цикл, який з часом стає все більш однобоким. Таке середовище призводить до формування інформаційного міхура, де користувач отримує лише обмежену кількість матеріалів, що відповідають його попереднім інтересам, але не враховують інших точок зору чи контекстів. Перебування у такому міхурі спотворює сприйняття реальності, обмежує критичне осмислення і знижує здатність до об'єктивної оцінки подій.

Важливим аспектом є те, що цей ефект не лише формує у користувача однобічну картину світу, але й посилює емоційний вплив споживаної інформації. Коли людина постійно перебуває у цьому інформаційному потоці, її емоційне сприйняття стає більш чутливим до контенту, що стосується тем війни, насильства та трагедій. Це може призвести до емоційного перенавантаження та навіть розвитку емоційної залежності від такого контенту, що, в свою чергу, сприяє виникненню синдрому «спостерігача війни»[28].

Постійне споживання такої інформації може мати глибокий психологічний ефект, оскільки людина починає сприймати себе частиною подій, які відбуваються в зоні конфлікту, навіть якщо вона фізично не має жодного стосунку до цих подій. Це формує відчуття постійної напруги, тривожності, безсилля, а також може викликати депресивні стани, емоційну втомленість і навіть стресові реакції, подібні до посттравматичного стресового розладу. Таким чином, персоналізація інформаційних потоків, спричинена алгоритмами цифрових платформ, є потужним чинником, який може посилити негативний вплив воєнного контенту на психіку користувачів, збільшуючи ймовірність розвитку синдрому «спостерігача війни».

Особливу увагу слід приділити візуальній складовій воєнного контенту, оскільки зображення, відео та прямі трансляції відіграють центральну роль у поширенні інформації про війни в цифровому просторі. Візуальні матеріали мають значно сильніший емоційний вплив порівняно з текстовими повідомленнями, оскільки вони здатні миттєво активувати емоційну реакцію глядача. Це пов'язано з тим, що зображення та відео, зокрема кадри насильства,

руйнувань або страждань мирного населення, сприймаються на підсвідомому рівні і можуть викликати у людини почуття тривоги, страху, співчуття або навіть відрази.

Нерідко контент, що потрапляє в стрічки новин, містить сцени, що викликають сильний емоційний відгук. Однак постійне впливання таких матеріалів на психіку може призвести до психологічного перенавантаження. У випадку регулярного перегляду подібних зображень або відео людина починає накопичувати емоційну реакцію, що з часом призводить до відчуття виснаження, а також може викликати вторинну травматизацію. В такому стані людина, хоча і не бере безпосередньої участі в бойових діях, може зазнавати психологічного шоку від споживання інформації, що містить зображення насильства чи катастроф[29].

Візуальна складова контенту має значення не тільки в аспекті емоційного впливу, але й у контексті того, як сприймаються ці матеріали аудиторією. Візуальні образи часто стають інструментом маніпуляції або навіть пропаганди, оскільки вони здатні формувати конкретні уявлення про події. Вони можуть підсилювати відчуття насильства, що транслюється через медіа, і впливати на ставлення громадськості до конфлікту. Однак, поряд з потенціалом для глибокого емоційного відгуку, є й інша сторона цього процесу: повторний перегляд схожих матеріалів може призвести до їх звикання, що зменшує чутливість до подібних сцен. В результаті користувачі можуть не тільки втратити емоційну реакцію на події, а й почати сприймати їх як частину нормальної реальності.

Отже, візуальний контент у цифрових медіа не лише підсилює емоційну реакцію на події війни, але й сприяє формуванню так званої вторинної травматизації, коли споживання матеріалів, що зображують насильство чи страждання, може негативно впливати на психічний стан глядача. Цей процес вимагає серйозної уваги, оскільки масове споживання травматичних візуальних матеріалів може призвести до розвитку синдрому «спостерігача війни», який має

потенційно серйозні наслідки для психічного здоров'я людей, що постійно контактують з таким контентом[30].

Інтерактивний характер споживання воєнного контенту через цифрові платформи став важливим аспектом сучасної медіапсихології. Відмінною рисою сучасних цифрових платформ є не лише пасивне сприймання інформації, а й активна взаємодія користувачів з контентом. Зокрема, в умовах війни люди мають змогу не лише переглядати новини та матеріали, а й залишати коментарі, поширювати інформацію, брати участь у флешмобах, долучатися до зборів допомоги постраждалим, організовувати акції підтримки та інші форми соціальної активності.

Такий тип взаємодії дає користувачам відчуття контролю над ситуацією і, в певному сенсі, створює ілюзію причетності до процесів допомоги або навіть інформаційного опору. Це дозволяє знизити відчуття безсилля і підтримує емоційну залученість у боротьбу, навіть коли фізична участь у подіях неможлива. Водночас активна участь у контенті може мати і зворотний ефект. Постійне перебування в середовищі, що постійно нагадує про жахи війни, може не дозволяти психіці відновитися. Це означає, що особа, яка активно взаємодіє з воєнними новинами та інформацією, залишаючи коментарі або поширюючи їх, не отримує необхідної паузи для психологічного відновлення. В умовах такого постійного емоційного навантаження людина може не мати можливості для відновлення своєї психічної рівноваги.

Залученість у тематику війни може також утримувати на високому рівні стан тривожності та стресу, оскільки постійне перебування в інформаційному просторі, що зображує конфлікт, не дає можливості переключитися на менш емоційно напружені теми. Навіть якщо користувачі намагаються допомогти або підтримати постраждалих, тривожні новини продовжують залишатися в їх інформаційному полі. Це може спричинити ефект постійної емоційної перевантаженості, яка в свою чергу може бути причиною розвитку психологічних розладів, таких як хронічний стрес, депресія або синдром «спостерігача війни»[31].

Таким чином, хоча інтерактивний характер взаємодії з воєнним контентом дає користувачам відчуття причетності до процесів допомоги, він також має потенціал для підвищення емоційного навантаження. Постійне перебування в інформаційному полі війни, без належного часу на психологічне відновлення, може серйозно вплинути на психіку, підтримуючи високий рівень стресу та тривожності.

Особливу увагу варто приділити ролі фейкових новин і маніпулятивного контенту, які набувають особливої популярності під час збройних конфліктів. У період війни цифрові платформи стають основними каналами поширення не лише достовірної інформації, а й дезінформації, що може мати глибокі психологічні наслідки для користувачів. Фейкові новини часто створюють ілюзію правди, що викликає у споживачів відчуття невизначеності та дезорієнтації, особливо коли інформація суперечлива або протирічить офіційним джерелам[32].

Поширення неправдивої інформації в умовах війни посилює психологічний дистрес серед користувачів. Страх, паніка, недовіра до офіційних джерел новин і зростання напруженості в суспільстві є прямими наслідками цього явища. В таких умовах особа часто втрачає здатність адекватно оцінювати реальність і намагається знайти якісь обґрунтування для того, що відбувається, що може привести до глибших емоційних проблем.

Споживання такої суперечливої чи неправдивої інформації в поєднанні з емоційно зарядженим контекстом війни може суттєво погіршити психоемоційний стан аудиторії. Окрім тривоги і страху, що виникають через недовіру до інформації, у людей може розвинутися апатія або навіть агресія. Невизначеність і постійна зневіра в достовірності джерел породжують відчуття безсилля, яке може призвести до пасивності або, навпаки, агресивної реакції на навколишнє середовище[33].

Таким чином, фейкові новини і маніпулятивний контент не лише збільшують емоційне навантаження на споживачів, а й сприяють глибоким психологічним змінам у суспільстві. Люди, що перебувають під постійним

впливом неправдивої інформації, можуть почати втрачати здатність до раціонального аналізу подій і реагувати на інформацію не адекватно ситуації. Це також підриває соціальну довіру і сприяє формуванню дезінтегрованих спільнот, де панує страх і недовіра, що ще більше загострює психологічні наслідки війни.

Таким чином, особливості споживання воєнного контенту через цифрові платформи призводять до нових ризиків для психічного здоров'я аудиторії. Висока швидкість передачі інформації, коли події з місць збройних конфліктів миттєво стають доступними для ширших мас, створює відчуття постійної присутності в епіцентрі війни. Це не лише зміщує часові межі сприйняття, а й формує емоційну реакцію, яка стає надмірно інтенсивною через часто використовувані візуальні матеріали. Картинки і відео, що фіксують насильство, руйнування або страждання, мають значно сильніший емоційний вплив, ніж текстові повідомлення, і здатні викликати негайну емоційну реакцію, що в умовах регулярного перегляду може призвести до виснаження[34].

Алгоритмічна персоналізація новинних потоків ще більше загострює проблему. Цифрові платформи, постійно підлаштовуючи контент під уподобання користувачів, створюють ситуацію, коли людина занурюється в однорідний інформаційний потік, що посилює її емоційну залученість. Користувач, який одного разу зацікавився темою війни, поступово отримує ще більше подібних новин, що формує так званий інформаційний міхур. Цей процес сприяє формуванню негативних емоцій, зокрема тривожності, і може призвести до психологічного перенавантаження.

Інтерактивність, яка також є характерною рисою сучасних цифрових платформ, дозволяє користувачам не лише пасивно споживати контент, а й активно взаємодіяти з ним. Коментарі, поширення, участь у різноманітних онлайн-ініціативах, таких як флешмоби чи збори допомоги, створюють ілюзію причетності до важливих подій, що, з одного боку, може сприяти відчуттю контролю, а з іншого – перешкоджає відновленню психічного стану, підтримуючи тривалий стан тривожності і стресу.

Ці чинники створюють умови для глибокої емоційної залученості, яка без відповідної психологічної обробки і рефлексії може мати довготривалі негативні наслідки для психіки людини. Постійне перебування в інформаційному потоці, що насичений шокуючими і трагічними деталями, може призвести до розвитку симптомів синдрому «спостерігача війни», таких як стрес, тривожність, депресія і навіть апатія[35].

В умовах таких емоційних перевантажень, медіаграмотність та усвідомлене споживання інформації стають необхідними навичками для сучасної аудиторії. Вміння критично оцінювати джерела інформації, усвідомлювати вплив новин на власний емоційний стан, а також розвивати навички цифрової гігієни є важливими складовими, які допомагають зберегти психічне здоров'я в умовах постійного потоку воєнного контенту. У цьому контексті журналісти повинні бути особливо уважними до етики і психологічних наслідків медіапродуктів, які вони створюють, а також брати на себе відповідальність за вплив своїх матеріалів на громадську свідомість.

## РОЗДІЛ 2. Практичне дослідження

### 2.1. Організація інтерв'ю

Для здійснення інтерв'ю на тему "Медіапсихологія і синдром «спостерігача війни»: як постійне споживання воєнного контенту впливає на психіку", я, як автор дипломної роботи, ставлю собі завдання отримати розгорнуті відповіді від фахівця, психіатра, який зможе проаналізувати вплив новинного контенту, зокрема воєнного, на психіку людини.

Перш за все, важливо з'ясувати, що саме відбувається з психікою, коли людина щодня проводить багато годин, переглядаючи новини в соціальних мережах або телеграм-каналах. Психіатр має пояснити, чи може таке інтенсивне споживання новин стати причиною психічного перевантаження, втоми або навіть розвитку певних психічних розладів. Це питання безпосередньо стосується того, чи можемо ми говорити про так звану "інформаційну залежність" і як вона проявляється у повсякденному житті.

Окрему увагу я приділяю впливу звички починати день з читання новин. Для багатьох людей це стало ритуалом, і я маю намір дізнатися, як це може позначатися на їхньому психічному стані, чи є це сигналом до тривожності або інших емоційних порушень. Іншим важливим аспектом є емоційний вплив новин, зокрема таких елементів як шок-заголовки чи клікбейт. Як саме ці елементи можуть підвищувати рівень тривожності та впливати на загальне сприйняття інформації?

Важливим питанням для мене є також розуміння того, як негативний контент може змінювати здатність людини концентруватися і працювати. Це призводить до питань про ефективність відновлення після емоційного перенавантаження, особливо коли мова йде про журналістів, які постійно працюють з таким контентом.

В інтерв'ю я також планую запитати про практичні випадки з досвіду психіатра, коли пацієнти зверталися через емоційне виснаження, викликане

новинами, а також про те, як виглядає “інформаційне вигорання”. Це питання безпосередньо стосується журналістів, а також широкої аудиторії, яка стикається з надмірним потоком негативних новин.

Також цікаво дізнатися, чи зросла кількість пацієнтів із симптомами тривожності, пов'язаними з війною, і яких категорій людей це стосується найбільше. Я маю намір розкрити, як такі категорії людей, як студенти, молодь, журналісти, найчастіше реагують на новинний потік, і чи є певні способи працювати з інформацією, щоб зберегти ментальне здоров'я.

У межах інтерв'ю хочу з'ясувати також методи, які можуть допомогти фахівцям, що працюють з інтенсивним контентом, залишатися емоційно стабільними та підтримувати баланс у роботі з медіа. Це включає техніки самозахисту, психоемоційну підтримку і розпізнавання ознак вигорання.

Дуже важливо також запитати про можливість “цифрового детоксу” як одного з способів позбавлення від стресу та відновлення психологічної стабільності. Як це можна здійснити без шкоди для психічного здоров'я? Які практичні поради варто дати тим, хто постійно перебуває в інформаційному потоці?

На завершення я планую дізнатися, як можна навчитися здоровому споживанню контенту і як це можна інтегрувати у щоденну практику, щоб зберігати психологічну рівновагу. Відповіді на ці запитання допоможуть мені краще розкрити тему дипломної роботи, вивчити вплив медіа на психіку людини, зокрема в умовах війни, та дати практичні рекомендації для тих, хто страждає від наслідків надмірного споживання новин.

## **2.2. Аналіз інтерв'ю**

Аналіз інтерв'ю з психіатром щодо впливу постійного споживання воєнного контенту на психіку дозволяє глибше зрозуміти, як новини, зокрема інформація про війну, можуть змінювати емоційний і психологічний стан людини. У ході інтерв'ю було розглянуто кілька важливих аспектів, пов'язаних з

психічним здоров'ям у контексті інтенсивного медіаспоживання, зокрема в умовах війни.

Одним із перших важливих моментів, який було піднято в інтерв'ю, є питання психологічного стану людини, яка щодня кілька годин гортатиме новини. Психіатр зазначив, що тривале споживання новин здатне викликати підвищену тривожність, оскільки постійний контакт із негативною інформацією, особливо про війну, порушує баланс емоцій та може сприяти розвитку хронічної тривоги. Психіка, яка не має можливості відпочити від стресових ситуацій, в кінцевому підсумку може піддаватися серйозному виснаженню.

Психіатр підтвердив, що існує явище, яке можна описати як "інформаційну залежність". Воно проявляється в постійному бажанні людини отримувати нову інформацію, навіть коли це шкодить її психічному здоров'ю. Залежність від новин, в свою чергу, може призвести до того, що людина стає емоційно втомленою, а її здатність до відновлення значно знижується. Ці симптоми стають особливо очевидними у випадку, коли звичка читати новини стає частиною ранкової рутини, що може мати негативний вплив на загальний психічний стан.

Ще однією важливою темою було емоційне оформлення новин, зокрема шокуючі заголовки або клікбейт. Висвітлення інформації в такий спосіб лише посилює тривожність і стрес, адже надмірно драматизовані новини збільшують емоційний тиск на людину. Це може привести до постійного відчуття нервового напруження або навіть паніки, що призводить до проблем із концентрацією і працездатністю.

На запитання про можливість виникнення емоційного вигорання через надмірне споживання новин, психіатр підкреслив, що таке явище є реальним і все частіше спостерігається в практиці. Пацієнти часто звертаються з ознаками депресії та емоційного виснаження через постійну активність у медіапросторі, зокрема коли мова йде про війну чи катастрофи. Зі збільшенням кількості негативних новин, багато людей починають відчувати психологічне перевантаження.

Психіатр також розглянув, хто є найбільш уразливим до новинного тиску. За його словами, до таких категорій можна віднести людей з низьким рівнем стресостійкості, а також осіб, які мають схильність до тривожних розладів або емоційних захворювань. Особливо це стосується журналістів, які щодня працюють з потоком новин. Психологічний тиск на них може бути особливо великим, що збільшує ризик розвитку інформаційного вигорання.

Психологічні сигнали, які вказують на потребу змінити підхід до медіаспоживання, включають постійне відчуття емоційного виснаження, підвищену тривожність і відсутність здатності переключитися на інші аспекти життя. Це стає помітним, коли людина починає відчувати, що новини буквально захоплюють її свідомість, а емоції замикаються в постійному циклі стресу.

Для підтримки психічного здоров'я важливим є цифровий детокс — тимчасова відмова від новин або соціальних мереж. Це дає можливість перезавантажити свідомість, зменшити стрес і відновити емоційну рівновагу. Психіатр зазначив, що важливо знайти баланс між інформованістю та збереженням психічного благополуччя, адже постійне перебування в інтенсивному новинному потоці може серйозно зашкодити людині.

Загалом, проведене інтерв'ю показало, як серйозно медіа-вплив може позначитися на психічному здоров'ї індивіда, особливо у часи соціально-політичних потрясінь, таких як війна. Важливо розуміти необхідність балансування між доступом до новин та потребою у психологічному відпочинку, адже надмірне споживання негативного контенту може призвести до серйозних наслідків для психіки.

### **2.3. Розробка анкети для вивчення реакцій аудиторії**

У межах дипломної роботи на тему «Медіапсихологія і синдром „спостерігача війни“: як постійне споживання воєнного контенту впливає на психіку», для глибшого розуміння емоційних та психологічних реакцій аудиторії було розроблено авторську анкету. Цей інструмент соціологічного дослідження

мав на меті виявити характер впливу щоденного споживання воєнного контенту на внутрішній стан учасників майстер-класу, їхню поведінку, рівень тривожності та інші прояви психоемоційного стану.

Анкета складалася з 15 питань, 14 з варіантами відповідей, що забезпечують стандартизованість даних для подальшої кількісної обробки, а одне питання — відкритим, спрямованим на виявлення особистісних патернів емоційного реагування. Такий підхід дав змогу поєднати кількісний та якісний аналізи в межах дослідження. Закриті питання були розділені за тематичними блоками, кожен із яких відповідав окремому аспекту гіпотетичного впливу інформаційного поля на людину.

Перший блок стосувався джерел отримання новин про війну. Учасникам пропонувалося вказати, чи найчастіше вони споживають воєнну інформацію через Телеграм-канали, соціальні мережі (зокрема Instagram, TikTok, Facebook), новинні сайти, телебачення чи інші джерела. Це дозволяло простежити домінування певних інформаційних платформ і співвіднести їх із психоемоційними реакціями.

Наступні запитання були спрямовані на дослідження частоти і тривалості споживання воєнного контенту. Респонденти оцінювали, скільки часу на день вони витрачають на перегляд новин про війну — від менш як 15 хвилин до понад години. Це дало змогу зафіксувати рівень інформаційного навантаження, який щоденно впливає на людину.

Третій блок зачіпав емоційні реакції учасників. Запитання стосувалися наявності емоційного виснаження, змін психічного стану після перегляду новин, рівня тривожності, а також відчуття провини за недостатню поінформованість про події на фронті. Окрему увагу було приділено симптомам звикання до контенту — так званому ефекту десенсibiliзації, коли з часом знижується емоційна чутливість до жорстких або травматичних новин.

Також анкета включала запитання щодо впливу інформаційного середовища на загальну емоційну стабільність респондентів, їхню самооцінку, відчуття безпеки та здатність відчувати радість у повсякденному житті. Це

дозволяло розглядати проблему не лише в межах миттєвих реакцій, а й у контексті довготривалого психологічного фону.

Окремі питання торкалися теми залежності — зокрема, учасники відповідали, чи мають вони звичку перевіряти воєнні новини одразу після пробудження або перед сном. Аналіз цих відповідей дає змогу ідентифікувати ознаки нав'язливої поведінки, що є характерною рисою синдрому «спостерігача війни».

Насамкінець, відкрите питання було сконструйоване так, щоб надати респондентам простір для особистих висловлювань. Їм пропонувалося описати свої емоції, які найчастіше виникають після перегляду воєнного контенту. Отримані відповіді дозволили виявити індивідуальні психологічні патерни, а також глибше зануритися в переживання, які не охоплюються стандартними шкалами.

Таким чином, анкета виступила не лише інструментом збору емпіричних даних, а й способом фіксації прихованих емоційних станів, які супроводжують сучасного медіаспоживача в умовах воєнної реальності. Це дало змогу авторові дослідження сформулювати висновки щодо наявності та інтенсивності проявів синдрому «спостерігача війни» серед цивільного населення.

Анкета: «Вплив воєнного контенту на психіку»

1. Яким джерелом ви найчастіше користуєтесь для отримання новин про війну?
2. Скільки часу на день ви витрачаєте на перегляд новин про війну?
3. Чи відчуваєте ви емоційне виснаження після споживання воєнного контенту?
4. Як змінюється ваш психічний стан після щоденного перегляду новин про війну?
5. Чи були у вас думки про повне або часткове уникнення воєнного контенту через емоційний дискомфорт?
6. Як ви оцінюєте рівень своєї тривожності після щоденного перегляду воєнних новин?

7. Чи впливає перегляд новин про війну на вашу самооцінку або відчуття безпеки?
8. Чи помітили ви зниження чутливості до воєнних новин із часом (звикання до контенту)?
9. Чи впливає регулярне споживання воєнного контенту на вашу емоційну стабільність у щоденному житті?
10. Чи буває у вас бажання перевірити новини про війну одразу після пробудження або перед сном?
11. Чи виникає у вас відчуття провини через те, що ви не стежите за всіма подіями на фронті?
12. Чи порівнюєте ви свої емоційні реакції на війну з реакціями інших людей (наприклад, у соцмережах)?
13. Чи вважаєте ви, що новини про війну мають маніпулятивний характер і посилюють тривожність?
14. Чи відчуваєте ви, що втрачаєте здатність до радості через постійне перебування в інформаційному полі війни?
15. Які ваші особисті емоції найчастіше виникають після перегляду воєнних новин?

#### **2.4. Аналіз результатів проведення майстер - класу : тенденції, графіки, висновки**

Було проведено анкетування 44 респондентів. Отримані дані дозволяють зробити ґрунтовний аналіз психологічних наслідків споживання воєнного контенту та виявити основні тенденції впливу медіа на психоемоційний стан аудиторії.

Аналіз відповідей на перше питання анкети демонструє, що абсолютна більшість респондентів (95,5%) використовує Телеграм-канали як основне джерело інформації про війну. Це свідчить про трансформацію медіаспоживання в умовах війни та зростання ролі месенджерів як оперативних джерел інформації.

Соціальні мережі посідають друге місце (34,1%), тоді як традиційні новинні сайти (13,6%) та телебачення (6,8%) значно поступаються за популярністю.

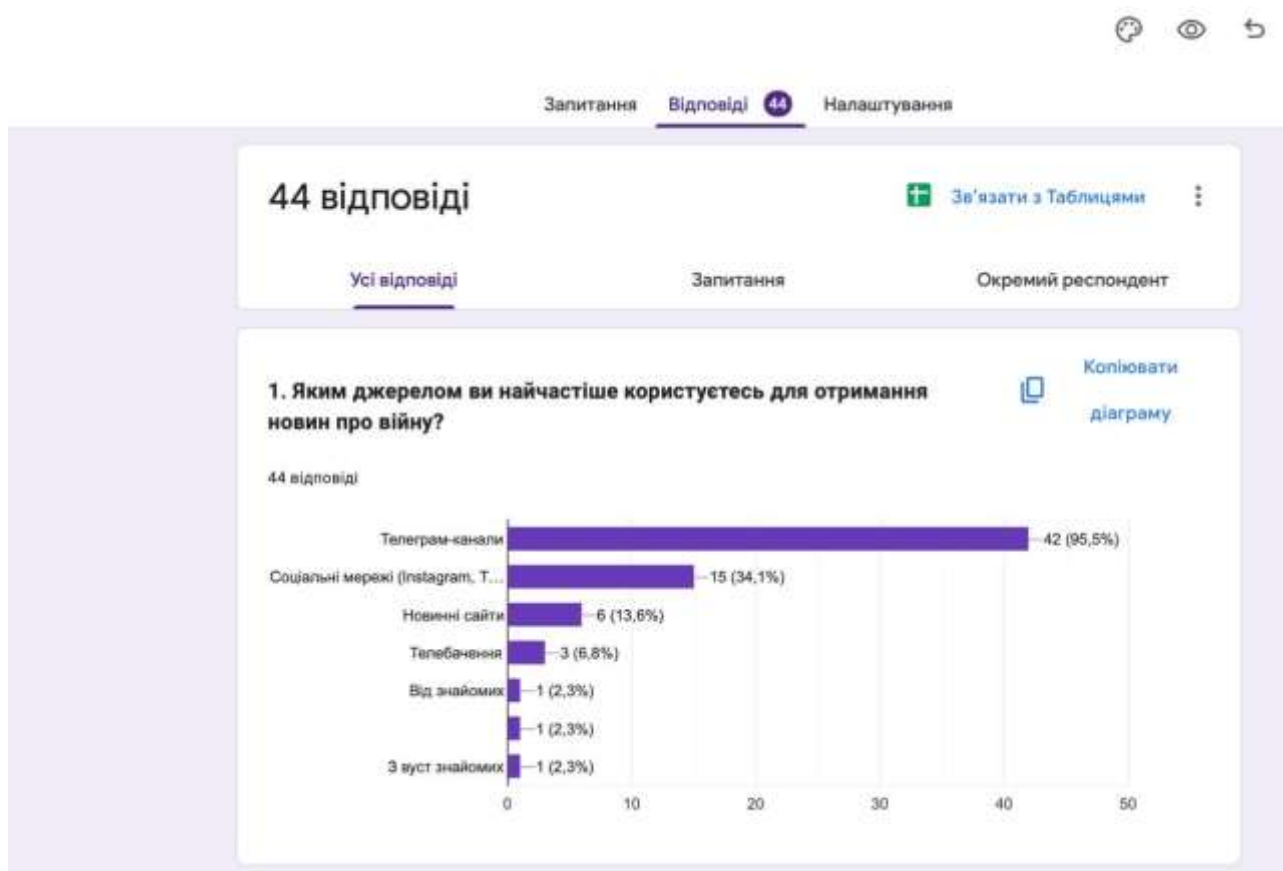


Рис. 2.1 Яким джерелом ви найчастіше користуєтесь для отримання новин про війну?

Щодо тривалості споживання воєнного контенту, більшість опитаних (61,4%) витрачає менше 15 хвилин на день на перегляд новин про війну. Це може свідчити про свідоме обмеження споживання потенційно травматичного контенту як захисний механізм психіки. Водночас 20,5% респондентів приділяють новинам 15-30 хвилин, а 13,6% – понад годину щодня, що може вказувати на формування інформаційної залежності.

## 2. Скільки часу на день ви витрачаєте на перегляд новин про війну?

44 відповіді

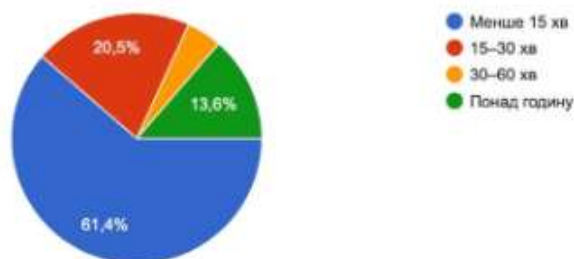


Рис. 2.2 Скільки часу на день ви витрачаєте на перегляд новин про війну?

Результати дослідження виявили високий рівень емоційного виснаження серед респондентів: 47,7% опитаних регулярно відчують емоційне виснаження після споживання воєнного контенту, ще 43,2% – іноді. Лише 9,1% респондентів рідко відчують подібні стани. Ці дані підтверджують гіпотезу про значний психологічний вплив воєнного контенту на аудиторію.

## 3. Чи відчуваєте ви емоційне виснаження після споживання воєнного контенту?

44 відповіді

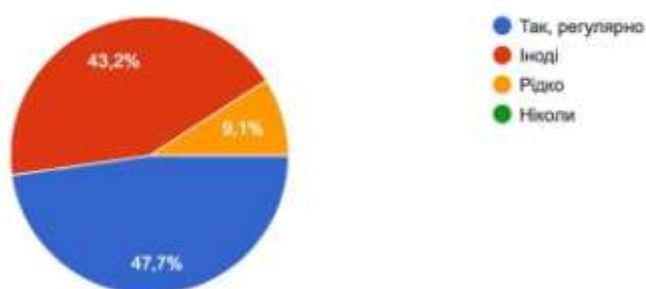


Рис. 2.3 Чи відчуваєте ви емоційне виснаження після споживання воєнного контенту?

Особливо тривожним є показник зміни психічного стану після перегляду новин: у 40,9% опитаних психічний стан значно погіршується, у 45,5% – трохи погіршується. Лише 13,6% респондентів не помічають змін. Ці результати

свідчать про формування синдрому «спостерігача війни», коли регулярне споживання травматичного контенту призводить до стійких негативних змін у психоемоційному стані.

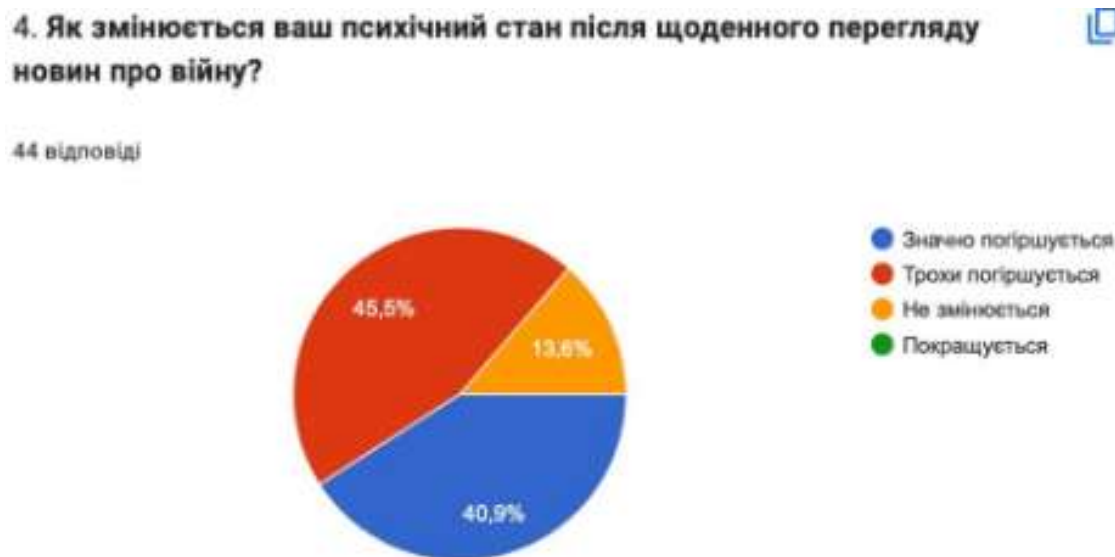


Рис. 2.4 Як змінюється ваш психічний стан після щоденного перегляду новин про війну?

Більшість респондентів (54,5%) вже обмежують споживання воєнного контенту через емоційний дискомфорт, ще 15,9% думають про це. Це свідчить про розвиток адаптивних механізмів саморегуляції та усвідомлення потенційної шкоди від надмірного споживання травматичного контенту.

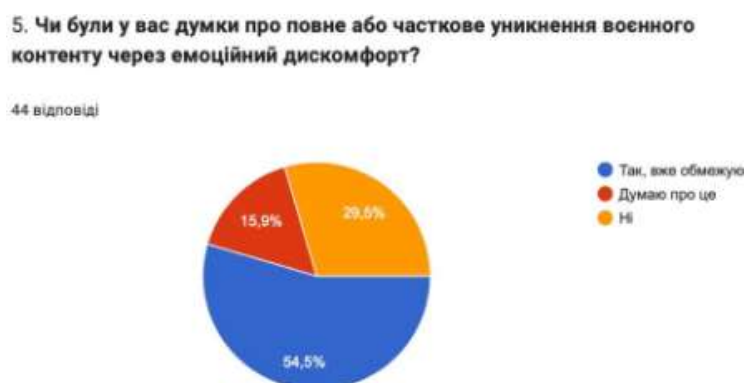


Рис. 2.5 Чи були у вас думки про повне або часткове уникнення воєнного контенту через емоційний дискомфорт?

Рівень тривожності після перегляду воєнних новин залишається високим: 27,3% респондентів оцінюють свій рівень тривожності як високий, 52,3% – як середній. Лише 18,2% відзначають низький рівень тривожності, а частка тих, хто не відчуває тривожності, є мінімальною. Ці дані корелюють із загальним погіршенням психічного стану та підтверджують негативний вплив воєнного контенту на емоційне благополуччя.

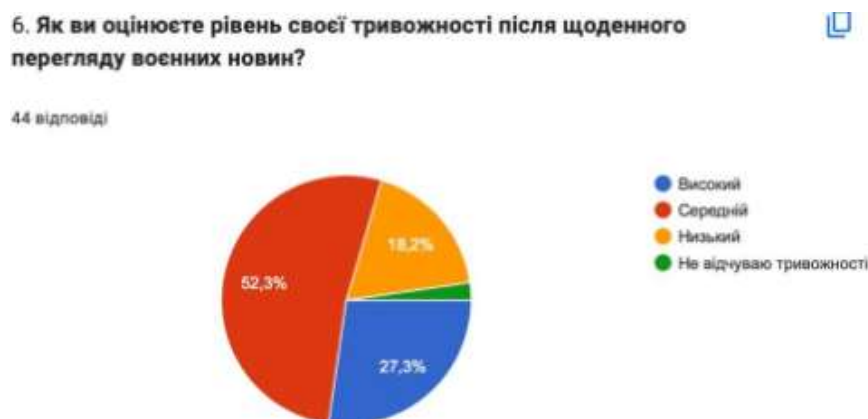


Рис. 2.6 Як ви оцінюєте рівень своєї тривожності після щоденного перегляду воєнних новин?

Дослідження виявило, що перегляд новин про війну суттєво впливає на самооцінку та відчуття безпеки респондентів: 36,4% відчувають себе вразливими, 52,3% відзначають частковий вплив. Лише 11,4% не помічають такого впливу. Це свідчить про глибокі психологічні наслідки споживання воєнного контенту, що виходять за межі ситуативних емоційних реакцій і впливають на базові відчуття безпеки та самосприйняття.

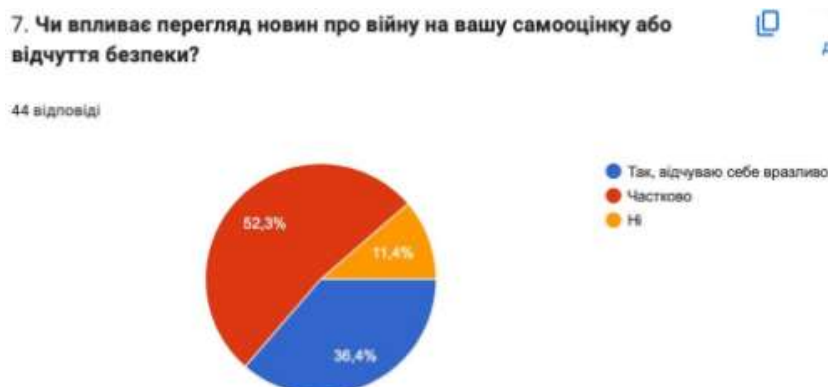


Рис. 2.7 Чи впливає перегляд новин про війну на вашу самооцінку або відчуття безпеки?

Важливим аспектом дослідження стало виявлення феномену десенсибілізації – зниження чутливості до воєнних новин із часом. 47,7% респондентів підтвердили наявність цього явища, 36,4% відзначили часткове звикання до контенту. Це свідчить про формування захисних механізмів психіки, але водночас може призводити до емоційного відсторонення та зниження емпатії.

8. Чи помітили ви зниження чутливості до воєнних новин із часом (звикання до контенту)?

44 відповіді

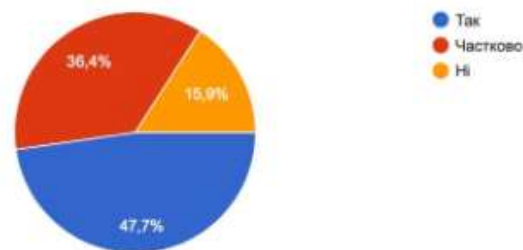


Рис. 2.8 Чи помітили ви зниження чутливості до воєнних новин із часом (звикання до контенту)?

Регулярне споживання воєнного контенту негативно впливає на емоційну стабільність у щоденному житті: 50% респондентів відзначили такий вплив, 38,6% – частковий вплив. Лише 11,4% не помічають змін у своїй емоційній стабільності. Ці дані підтверджують, що вплив медіаконтенту виходить за межі безпосереднього споживання інформації та позначається на загальному психоемоційному стані.

9. Чи впливає регулярне споживання воєнного контенту на вашу емоційну стабільність у щоденному житті?

44 відповіді

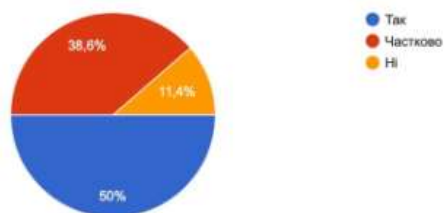


Рис. 2.9 Чи впливає регулярне споживання воєнного контенту на вашу емоційну стабільність у щоденному житті?

Дослідження виявило ознаки формування інформаційної залежності: 31,8% респондентів щодня перевіряють новини про війну одразу після пробудження або перед сном, 22,7% – іноді. Це свідчить про компульсивну поведінку, пов'язану зі споживанням інформації, що є одним із симптомів медіазалежності.

10. Чи буває у вас бажання перевірити новини про війну одразу після пробудження або перед сном?

44 відповіді

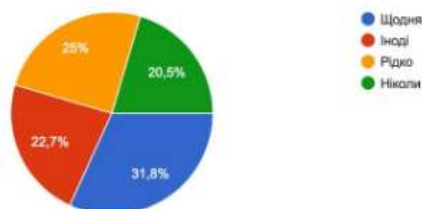


Рис. 2.10 Чи буває у вас бажання перевірити новини про війну одразу після пробудження або перед сном?

Особливу увагу привертає феномен відчуття провини через неповне відстеження подій на фронті: 31,8% респондентів часто відчувають провину, 45,5% – іноді. Це явище можна інтерпретувати як прояв «інформаційного обов'язку» та свідчення глибокої емоційної залученості в інформаційний простір війни.

11. Чи виникає у вас відчуття провини через те, що ви не стежите за всіма подіями на фронті?

44 відповіді

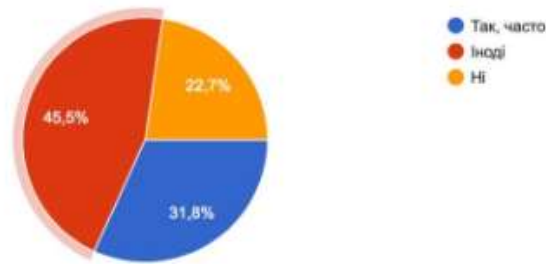


Рис. 2.11 Чи виникає у вас відчуття провини через те, що ви не стежите за всіма подіями на фронті?

Значна частина респондентів (22,7% – часто, 45,5% – іноді) порівнюють свої емоційні реакції на війну з реакціями інших людей. Це свідчить про пошук соціальної валідації емоційних переживань та спроби нормалізувати власний досвід через порівняння з досвідом інших.

12. Чи порівнюєте ви свої емоційні реакції на війну з реакціями інших людей (наприклад, у соцмережах)?

44 відповіді

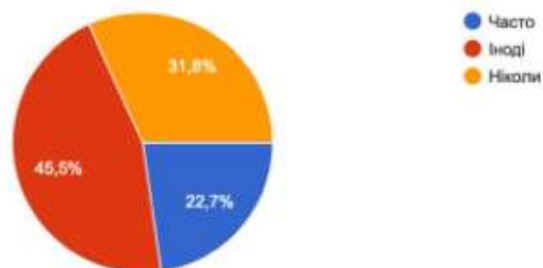


Рис. 2.12 Чи порівнюєте ви свої емоційні реакції на війну з реакціями інших людей (наприклад, у соцмережах)?

Половина опитаних (50%) вважає, що новини про війну мають маніпулятивний характер і посилюють тривожність, ще 40,9% частково погоджуються з цим твердженням. Це відображає критичне ставлення аудиторії до медіаконтенту та усвідомлення потенційних маніпулятивних впливів.

13. Чи вважаєте ви, що новини про війну мають маніпулятивний характер і посилюють тривожність?

44 відповіді

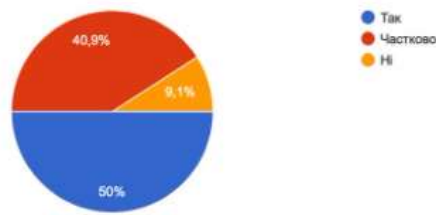


Рис. 2.13 Чи вважаєте ви, що новини про війну мають маніпулятивний характер і посилюють тривожність?

Одним із найбільш тривожних результатів дослідження є виявлення втрати здатності до радості через постійне перебування в інформаційному полі війни: 43,2% респондентів підтвердили це явище, 38,6% відзначили частковий вплив. Це свідчить про формування стану, близького до депресивного, та загальне зниження якості життя внаслідок споживання травматичного контенту.

14. Чи відчуваєте ви, що втрачаєте здатність до радості через постійне перебування в інформаційному полі війни?

44 відповіді

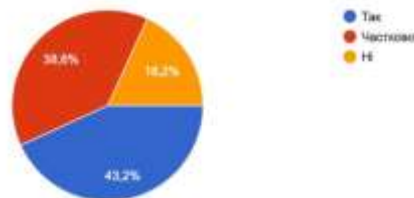


Рис. 2.14 Чи відчуваєте ви, що втрачаєте здатність до радості через постійне перебування в інформаційному полі війни?

Аналіз відповідей на відкрите питання про емоції, що виникають після перегляду воєнних новин, виявив переважання негативних емоційних станів: тривожність, страх, гнів, обурення, безпорадність, провина, депресія. Особливо часто згадувалися тривожність та страх за майбутнє країни, що свідчить про формування стійкого тривожного стану, пов'язаного з невизначеністю та загрозами.

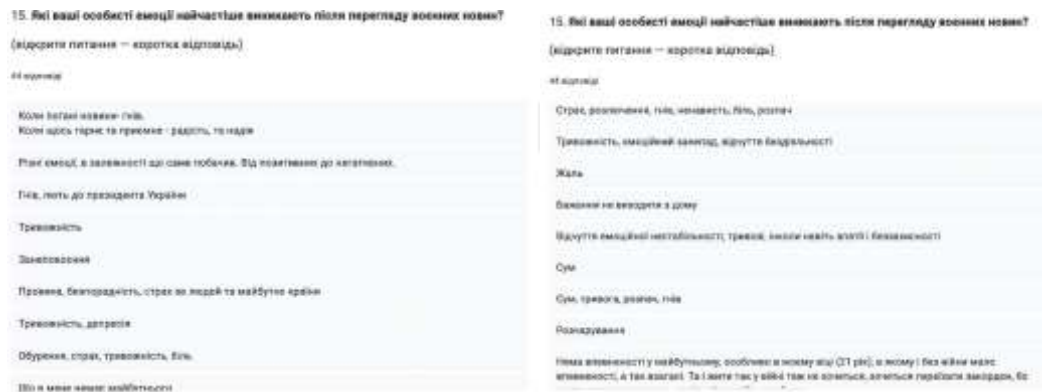


Рис. 2.15 Які ваші особисті емоції найчастіше виникають після перегляду воєнних новин?

Проведене дослідження підтверджує гіпотезу про формування синдрому «спостерігача війни» внаслідок постійного споживання воєнного контенту. Основними проявами цього синдрому є:

1. Емоційне виснаження та погіршення психічного стану після споживання воєнного контенту.
2. Підвищений рівень тривожності та зниження відчуття безпеки.
3. Формування інформаційної залежності та компульсивної поведінки, пов'язаної з перевіркою новин.
4. Розвиток феномену десенсibiliзації – зниження емоційної чутливості до травматичного контенту.
5. Втрата здатності до радості та загальне зниження емоційної стабільності.
6. Виникнення відчуття провини, пов'язаного з неповним відстеженням інформації.

Результати дослідження мають важливе значення для розуміння психологічних наслідків медіаспоживання в умовах війни та розробки рекомендацій щодо інформаційної гігієни. Виявлені тенденції свідчать про необхідність формування критичного ставлення до медіаконтенту та розвитку навичок саморегуляції інформаційного споживання.

Особливу увагу слід приділити розробці стратегій психологічної підтримки для аудиторії, що регулярно споживає воєнний контент, та

формуванню рекомендацій щодо балансування інформаційних потреб із збереженням психологічного благополуччя. Медіаосвіта та розвиток навичок інформаційної гігієни мають стати пріоритетними напрямками роботи з аудиторією в умовах тривалого інформаційного стресу.

## ВИСНОВКИ

У процесі дослідження впливу постійного споживання воєнного контенту на психіку в рамках дипломної роботи «Медіапсихологія і синдром «спостерігача війни»: як постійне споживання воєнного контенту впливає на психіку» було проведено комплексний аналіз результатів анкетування 44 респондентів. Отримані дані дозволили виявити та обґрунтувати наявність синдрому «спостерігача війни» як специфічного психологічного феномену, що формується внаслідок тривалого перебування в інформаційному полі війни.

Проведене дослідження підтвердило гіпотезу про те, що постійне споживання воєнного контенту призводить до формування стійких негативних змін у психоемоційному стані аудиторії. Виявлено, що абсолютна більшість респондентів (95,5%) використовує Телеграм-канали як основне джерело інформації про війну, що свідчить про трансформацію медіаспоживання в умовах війни та зростання ролі месенджерів як оперативних джерел інформації. Така тенденція відображає зміну парадигми медіаспоживання, коли традиційні ЗМІ поступаються місцем більш оперативним та персоналізованим каналам комунікації.

Аналіз тривалості споживання воєнного контенту виявив, що більшість опитаних (61,4%) свідомо обмежує час перегляду новин про війну до 15 хвилин на день. Це можна інтерпретувати як прояв інтуїтивних захисних механізмів психіки, спрямованих на мінімізацію негативного впливу травматичного контенту. Водночас значна частина респондентів (13,6%) витрачає понад годину щодня на перегляд воєнних новин, що може свідчити про формування інформаційної залежності та компульсивної поведінки, пов'язаної зі споживанням новин.

Особливу увагу в дослідженні було приділено вивченню емоційного виснаження як одного з ключових проявів синдрому «спостерігача війни». Результати анкетування продемонстрували, що 47,7% респондентів регулярно відчувають емоційне виснаження після споживання воєнного контенту, а 43,2%

– іноді. Такі високі показники підтверджують значний психологічний вплив воєнного контенту на аудиторію та свідчать про формування стану, близького до емоційного вигорання, але в контексті медіаспоживання.

Дослідження виявило тривожну тенденцію щодо зміни психічного стану після перегляду новин про війну: у 40,9% опитаних психічний стан значно погіршується, у 45,5% – трохи погіршується. Ці дані свідчать про кумулятивний негативний ефект споживання воєнного контенту, коли регулярний перегляд травматичних новин призводить до стійкого погіршення психоемоційного стану. Такий ефект можна розглядати як один із центральних компонентів синдрому «спостерігача війни».

Важливим аспектом дослідження стало вивчення стратегій уникнення та саморегуляції споживання воєнного контенту. Виявлено, що більшість респондентів (54,5%) вже обмежують споживання воєнного контенту через емоційний дискомфорт, а 15,9% думають про це. Ці дані свідчать про розвиток адаптивних механізмів саморегуляції та усвідомлення потенційної шкоди від надмірного споживання травматичного контенту. Водночас 29,5% опитаних не розглядають можливість обмеження споживання воєнних новин, що може бути пов'язано з відчуттям інформаційного обов'язку або страхом пропустити важливу інформацію.

Аналіз рівня тривожності після перегляду воєнних новин виявив, що 27,3% респондентів оцінюють свій рівень тривожності як високий, а 52,3% – як середній. Ці показники корелюють із загальним погіршенням психічного стану та підтверджують негативний вплив воєнного контенту на емоційне благополуччя. Особливо важливим є те, що лише незначна частка респондентів не відчуває тривожності після перегляду воєнних новин, що свідчить про майже універсальний характер цього впливу.

Дослідження виявило значний вплив споживання воєнного контенту на базові відчуття безпеки та самосприйняття: 36,4% респондентів відчувають себе вразливими після перегляду новин про війну, а 52,3% відзначають частковий вплив. Ці дані свідчать про глибокі психологічні наслідки споживання воєнного

контенту, що виходять за межі ситуативних емоційних реакцій і впливають на фундаментальні аспекти психологічного благополуччя.

Особливу увагу в дослідженні було приділено феномену десенсибілізації – зниженню чутливості до воєнних новин із часом. Виявлено, що 47,7% респондентів підтверджують наявність цього явища, а 36,4% відзначають часткове звикання до контенту. Цей феномен можна розглядати як захисний механізм психіки, спрямований на зниження емоційного навантаження, але водночас він може призводити до емоційного відсторонення, зниження емпатії та формування цинічного ставлення до трагічних подій.

Аналіз впливу регулярного споживання воєнного контенту на емоційну стабільність у щоденному житті виявив, що 50% респондентів відзначають такий вплив, а 38,6% – частковий вплив. Ці дані підтверджують, що вплив медіаконтенту виходить за межі безпосереднього споживання інформації та позначається на загальному психоемоційному стані, здатності регулювати емоції та підтримувати емоційну рівновагу в повсякденному житті.

Дослідження виявило ознаки формування інформаційної залежності: 31,8% респондентів щодня перевіряють новини про війну одразу після пробудження або перед сном, а 22,7% – іноді. Ця компульсивна поведінка, пов'язана зі споживанням інформації, є одним із симптомів медіазалежності та свідчить про формування стійкого патерну поведінки, коли перевірка новин стає ритуалом, що структурує повсякденне життя.

Особливий інтерес представляє виявлений феномен відчуття провини через неповне відстеження подій на фронті: 31,8% респондентів часто відчувають провину, а 45,5% – іноді. Це явище можна інтерпретувати як прояв «інформаційного обов'язку» та свідчення глибокої емоційної залученості в інформаційний простір війни. Відчуття провини може бути пов'язане з моральними аспектами споживання воєнного контенту, коли людина відчуває, що має бути поінформованою про страждання інших як прояв солідарності та співучасті.

Аналіз соціального порівняння емоційних реакцій виявив, що значна частина респондентів (22,7% – часто, 45,5% – іноді) порівнюють свої емоційні реакції на війну з реакціями інших людей. Це свідчить про пошук соціальної валідації емоційних переживань та спроби нормалізувати власний досвід через порівняння з досвідом інших. Такий механізм може бути адаптивним, оскільки дозволяє людині відчувати приналежність до спільноти та розділяти емоційний досвід, але водночас може призводити до соціального тиску та нормалізації патологічних реакцій.

Важливим аспектом дослідження стало вивчення сприйняття маніпулятивного характеру новин про війну. Виявлено, що половина опитаних (50%) вважає, що новини про війну мають маніпулятивний характер і посилюють тривожність, а 40,9% частково погоджуються з цим твердженням. Це відображає критичне ставлення аудиторії до медіаконтенту та усвідомлення потенційних маніпулятивних впливів, але водночас може свідчити про формування недовіри до медіа та інформаційної фрустрації.

Одним із найбільш тривожних результатів дослідження є виявлення втрати здатності до радості через постійне перебування в інформаційному полі війни: 43,2% респондентів підтвердили це явище, а 38,6% відзначили частковий вплив. Це свідчить про формування стану, близького до депресивного, та загальне зниження якості життя внаслідок споживання травматичного контенту. Втрата здатності до радості є серйозним симптомом, що може свідчити про розвиток депресивних станів та потребує особливої уваги з боку фахівців у галузі психічного здоров'я.

Аналіз відповідей на відкрите питання про емоції, що виникають після перегляду воєнних новин, виявив переважання негативних емоційних станів: тривожність, страх, гнів, обурення, безпорадність, провина, депресія. Особливо часто згадувалися тривожність та страх за майбутнє країни, що свідчить про формування стійкого тривожного стану, пов'язаного з невизначеністю та загрозами. Водночас деякі респонденти відзначали амбівалентні емоції, коли

позитивні новини викликають радість та надію, що свідчить про складний та неоднозначний характер емоційних реакцій на воєнний контент.

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що синдром «спостерігача війни» є комплексним психологічним феноменом, що характеризується емоційним виснаженням, підвищеним рівнем тривожності, зниженням відчуття безпеки, формуванням інформаційної залежності, розвитком десенсибілізації, втратою здатності до радості та загальним зниженням емоційної стабільності. Цей синдром формується внаслідок тривалого споживання травматичного контенту та має значний вплив на психологічне благополуччя аудиторії.

Результати дослідження мають важливе теоретичне та практичне значення для розуміння психологічних наслідків медіаспоживання в умовах війни. З теоретичної точки зору, вони розширюють розуміння механізмів впливу медіаконтенту на психіку та дозволяють концептуалізувати синдром «спостерігача війни» як специфічний психологічний феномен, що потребує подальшого вивчення. З практичної точки зору, отримані результати можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо інформаційної гігієни та психологічної підтримки для аудиторії, що регулярно споживає воєнний контент.

Проведене дослідження має певні обмеження, пов'язані з розміром та репрезентативністю вибірки, а також із самозвітним характером отриманих даних. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення довгострокових наслідків споживання воєнного контенту, розробку та валідацію діагностичних інструментів для виявлення синдрому «спостерігача війни», а також на розробку та оцінку ефективності інтервенцій, спрямованих на мінімізацію негативного впливу воєнного контенту на психіку.

Особливу увагу в подальших дослідженнях слід приділити вивченню індивідуальних відмінностей у сприйнятті та реагуванні на воєнний контент, а також факторів, що можуть модерувати або медіювати вплив такого контенту на психіку. Важливим напрямком досліджень може бути вивчення ролі

медіаграмотності та критичного мислення у формуванні резильєнтності до негативного впливу воєнного контенту.

У практичному аспекті результати дослідження свідчать про необхідність розробки та впровадження програм медіаосвіти та інформаційної гігієни, спрямованих на формування навичок критичного споживання медіаконтенту та саморегуляції інформаційного споживання. Такі програми мають бути інтегровані в освітній процес та доступні для широкої аудиторії.

Також важливим є розвиток системи психологічної підтримки для аудиторії, що регулярно споживає воєнний контент. Така підтримка може включати розробку рекомендацій щодо балансування інформаційних потреб із збереженням психологічного благополуччя, створення груп підтримки для обговорення та переробки емоційних реакцій на воєнний контент, а також надання професійної психологічної допомоги для осіб, що демонструють виражені симптоми синдрому «спостерігача війни».

Медіа також мають відігравати важливу роль у мінімізації негативного впливу воєнного контенту на психіку аудиторії. Це може включати розробку та дотримання етичних стандартів висвітлення воєнних подій, надання контекстуальної інформації, що допомагає аудиторії осмислити та інтегрувати травматичний досвід, а також балансування негативного контенту з позитивними історіями та інформацією про ресурси підтримки.

Таким чином, проведене дослідження не лише підтверджує наявність синдрому «спостерігача війни» як специфічного психологічного феномену, але й окреслює шляхи подальшого вивчення та мінімізації його негативного впливу на психіку аудиторії. Розуміння психологічних наслідків споживання воєнного контенту є важливим кроком до формування більш здорового та усвідомленого підходу до медіаспоживання в умовах війни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко О. Медіапсихологія: навчальний посібник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2021. 288 с.
2. Вознесенська О. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія. Київ: Міленіум, 2020. 340 с.
3. Гольцберг К. О. Вплив медіаконтенту на психологічне благополуччя особистості в умовах війни. Психологічний часопис. 2022. Т. 8, № 5. С. 9-21.
4. Дзюба І. М., Жулинський М. Г. Інформаційний простір України: проблеми формування та розвитку в умовах глобалізації. Київ: Наукова думка, 2019. 342 с.
5. Зливков В. Л., Лукомська С. О. Психологія медіа: від традиційних ЗМІ до соціальних мереж. Київ: Ліра-К, 2020. 244 с.
6. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2021. 352 с.
7. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ: Критика, 2020. 422 с.
8. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2019. 244 с.
9. Петрунько О. В. Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі: монографія. Полтава: Укрпромторгсервіс, 2020. 480 с.
10. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2022. 504 с.
11. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник. Київ: Видавничий центр «Просвіта», 2018. 260 с.
12. Титаренко Т. М. Психологічне здоров'я особистості: засоби самопомоги в умовах тривалої травматизації: монографія. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2021. 160 с.

13. Чабаненко М. В. Медіаконтент в умовах інформаційної війни: український досвід. Запоріжжя: ЗНУ, 2022. 220 с.
14. Чуйко Г. В., Колтунович Т. А. Психологія медіаспоживання: навчальний посібник. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2020. 184 с.
15. Ahern J., Galea S., Resnick H., Kilpatrick D., Bucuvalas M., Gold J., Vlahov D. Television images and psychological symptoms after the September 11 terrorist attacks. *Psychiatry*. 2018. Vol. 65, No. 4. P. 289-300.
16. Backholm K., Björkqvist K. The effects of exposure to crisis on well-being of journalists: a study of crisis-related factors predicting psychological health in a sample of Finnish journalists. *Media, War & Conflict*. 2020. Vol. 5, No. 3. P. 319-332.
17. Bernstein K. T., Ahern J., Tracy M., Boscarino J. A., Vlahov D., Galea S. Television watching and the risk of incident probable posttraumatic stress disorder: a prospective evaluation. *The Journal of Nervous and Mental Disease*. 2019. Vol. 195, No. 1. P. 41-47.
18. Bodas M., Siman-Tov M., Peleg K., Solomon Z. Anxiety-inducing media: the effect of constant news broadcasting on the well-being of Israeli television viewers. *Psychiatry*. 2021. Vol. 78, No. 3. P. 265-276.
19. Bonanno G. A., Brewin C. R., Kaniasty K., La Greca A. M. Weighing the costs of disaster: consequences, risks, and resilience in individuals, families, and communities. *Psychological Science in the Public Interest*. 2020. Vol. 11, No. 1. P. 1-49.
20. Boukes M., Vliegthart R. News consumption and its unpleasant side effect: studying the effect of hard and soft news exposure on mental well-being over time. *Journal of Media Psychology*. 2019. Vol. 29, No. 3. P. 137-147.
21. Buchanan M., Keats P. Coping with traumatic stress in journalism: a critical ethnographic study. *International Journal of Psychology*. 2021. Vol. 46, No. 2. P. 127-135.

22. Feinstein A., Audet B., Waknine E. Witnessing images of extreme violence: a psychological study of journalists in the newsroom. *Journal of the Royal Society of Medicine*. 2018. Vol. 5, No. 8. P. 1-7.
23. Garfin D. R., Silver R. C., Holman E. A. The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology*. 2020. Vol. 39, No. 5. P. 355-357.
24. Holman E. A., Garfin D. R., Silver R. C. Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2019. Vol. 111, No. 1. P. 93-98.
25. Hopwood T. L., Schutte N. S. Psychological outcomes in reaction to media exposure to disasters and large-scale violence: a meta-analysis. *Psychology of Violence*. 2020. Vol. 7, No. 2. P. 316-327.
26. Kira I. A., Shuwiekh H., Rice K., Ashby J. S., Alhuwailah A., Sous M. S. F., Jamil H. N. Coping with continuous mass trauma: toward a multi-systemic approach. *Traumatology*. 2021. Vol. 27, No. 1. P. 78-89.
27. Neria Y., Sullivan G. M. Understanding the mental health effects of indirect exposure to mass trauma through the media. *JAMA*. 2018. Vol. 306, No. 12. P. 1374-1375.
28. Newman E., Simpson R., Handschuh D. Trauma exposure and post-traumatic stress disorder among photojournalists. *Visual Communication Quarterly*. 2019. Vol. 10, No. 1. P. 4-13.
29. Pfefferbaum B., Newman E., Nelson S. D., Nitiéma P., Pfefferbaum R. L., Rahman A. Disaster media coverage and psychological outcomes: descriptive findings in the extant research. *Current Psychiatry Reports*. 2020. Vol. 16, No. 9. P. 464.
30. Pfefferbaum B., Nitiéma P., Newman E., Patel A. The benefit of media psychoeducation and timing of implementation for enhancing resilience in the immediate aftermath of terrorism. *Psychiatry*. 2021. Vol. 82, No. 2. P. 128-144.
31. Rosen C., Glassman L., Morland L. A. PTSD, social anxiety disorder, and trauma: an examination of the influence of trauma type on comorbidity using a

- nationally representative sample. *Psychiatry Research*. 2020. Vol. 284. P. 112-118.
32. Seely N. Individual trauma and collective healing: orienting principles for victim advocacy in journalism practice. *Journalism Practice*. 2020. Vol. 14, No. 2. P. 168-182.
33. Silver R. C., Holman E. A., Andersen J. P., Poulin M., McIntosh D. N., Gil-Rivas V. Mental- and physical-health effects of acute exposure to media images of the September 11, 2001, attacks and the Iraq War. *Psychological Science*. 2019. Vol. 24, No. 9. P. 1623-1634.
34. Slone M. Responses to media coverage of terrorism. *Journal of Conflict Resolution*. 2020. Vol. 44, No. 4. P. 508-522.
35. Southwick S. M., Bonanno G. A., Masten A. S., Panter-Brick C., Yehuda R. Resilience definitions, theory, and challenges: interdisciplinary perspectives. *European Journal of Psychotraumatology*. 2018. Vol. 5, No. 1. P. 25338.
36. Thompson R. R., Jones N. M., Holman E. A., Silver R. C. Media exposure to mass violence events can fuel a cycle of distress. *Science Advances*. 2019. Vol. 5, No. 4. P. eaav3502.
37. Vasterman P., Yzermans C. J., Dirkzwager A. J. The role of the media and media hypes in the aftermath of disasters. *Epidemiologic Reviews*. 2020. Vol. 27, No. 1. P. 107-114.
38. Weidmann A., Fehm L., Fydrich T. Covering the tsunami disaster: subsequent post-traumatic and depressive symptoms and associated social factors. *Stress and Health*. 2018. Vol. 24, No. 2. P. 129-135.
39. World Health Organization. Mental health and psychosocial considerations during the COVID-19 outbreak. Geneva: WHO, 2020. URL: [<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/mental-health-considerations.pdf>](<https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/mental-health-considerations.pdf>) (дата звернення: 01.05.2025).

40. Zeidner M., Ben-Zur H. Individual differences in anxiety, coping, and post-traumatic stress in the aftermath of the Persian Gulf War. *Personality and Individual Differences*. 2019. Vol. 16, No. 3. P. 459-476.
41. Національна асоціація медіапсихологів України. Рекомендації щодо споживання медіаконтенту в умовах війни. Київ, 2022. URL: [<https://mediapsychology.org.ua/recommendations>](<https://mediapsychology.org.ua/recommendations>) (дата звернення: 02.05.2025).
42. Український інститут медіа та комунікації. Медіаспоживання в умовах війни: аналітичний звіт. Київ, 2022. URL: [<https://uimc.org.ua/reports/media-consumption-2022>](<https://uimc.org.ua/reports/media-consumption-2022>) (дата звернення: 03.05.2025).
43. Dart Center for Journalism and Trauma. Self-Care Tips for News Media Personnel Exposed to Traumatic Events. Columbia Journalism School, 2022. URL: [<https://dartcenter.org/content/self-care-tips-for-news-media-personnel-exposed-to-traumatic-events>](<https://dartcenter.org/content/self-care-tips-for-news-media-personnel-exposed-to-traumatic-events>) (дата звернення: 03.05.2025).
44. European Federation of Journalists. Guidelines for Reporting on Trauma and Violence. Brussels, 2021. URL: [<https://europeanjournalists.org/blog/2021/05/03/guidelines-for-reporting-on-trauma-and-violence/>](<https://europeanjournalists.org/blog/2021/05/03/guidelines-for-reporting-on-trauma-and-violence/>) (дата звернення: 04.05.2025).
45. UNESCO. Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism Educators. Paris, 2022. URL: [<https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy>](<https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy>) (дата звернення: 04.05.2025).