

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Факультет соціальних наук та соціальних технологій  
Могилянська школа журналістики

**Магістерська робота**  
Освітній ступінь - магістр

на тему: **«СПРИЙНЯТТЯ ВРАЗЛИВОГО КОНТЕНТУ МОЛОДДЮ»**

Виконала: студентка 2-го курсу навчання,  
спеціальності 061 Журналістика  
Науменко Катерина Віталіївна

Керівниця Орлова Дарія Вадимівна,  
старша викладачка, PhD в галузі масових комунікацій

Рецензент: Квіт Сергій Миронович

Магістерська робота захищена  
з оцінкою «\_\_\_\_\_»

Секретар ЕК \_\_\_\_\_  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Київ 2023

## ЗМІСТ

<b>РОЗДІЛ 1. ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ.....</b>	<b>5</b>
2.1. Огляд літератури, що стосується розуміння поняття контент та його впливу на споживача інформації. ....	5
2.2. Дослідження джерел літератури.....	7
<b>РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ВРАЗЛИВИЙ КОНТЕНТ» ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВПЛИВУ НА МОЛОДЬ.....</b>	<b>13</b>
3.1.Визначення вразливого контенту.....	13
3.2. Приклади впливу вразливого контенту на молодь, емоційна реакція та психологічні наслідки його сприйняття.....	19
<b>РОЗДІЛ 4. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВРАЗЛИВОГО КОНТЕНТУ НА МОЛОДЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....</b>	<b>23</b>
4.1. Створення програми та етапів дослідження.....	23
4.2. Створення програми та етапів дослідження.....	23
<b>РОЗДІЛ 5. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....</b>	<b>32</b>
5.1 Результати інтерв'ювання респондентів.....	32
5.2 Результати анкетування респондентів.....	36
<b>РОЗДІЛ 6. ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....</b>	<b>41</b>
6.1. Основні висновки щодо впливу вразливого контенту на молодь України....	41
6.2. Державний вплив на заборонений та вразливий контент.....	42
6.3. Розвиток медійної грамотності та інша підготовка споживачів до сприйняття контенту.....	45
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>48</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>54</b>
Додаток 1. Результати інтерв'ювання респондентів.....	54
Додаток 2. Результати анкетування респондентів.....	61

## РОЗДІЛ 1. ВСТУП

Однією з основних ознак процесу розвитку суспільства на сучасному етапі є стрімке розвинення комп'ютерних інформаційних технологій. Соціальні мережі та онлайн-медіа стали невід'ємною частиною нашого життя в сучасному медійному світі. Із зростанням кількості медійних інструментів в Україні, під час повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну, українці все частіше зіштовхуються з вразливим контентом. Вразливий контент може надати суттєвий негативний вплив на психологічну та емоційну стабільність людей, особливо молоді, що вимагає його дослідження. Окрім того, розуміння сприйняття вразливого контенту молоддю є важливим для розуміння наслідків цих взаємодій та розробки ефективних стратегій захисту від нього.

*Актуальність обраної теми.* Обрана тема "Сприйняття вразливого контенту молоддю" є актуальною оскільки в сучасному суспільстві, в якому кожен може приєднатися через смартфон до інтернету, слід розуміти яким чином вразливий контент може впливати на поведінку, думки та емоційний стан молодих людей. Молодь віком від 21 до 35 років, яка користується соціальними мережами щоденно, є особливо вразливою аудиторією, оскільки зростання кількості інформації, що доступні через медіа та соціальні мережі, супроводжується збільшеним ризиком поширення шкідливого, неправдивого або маніпулятивного контенту. Саме з цієї причини важливо розуміти, як молодь сприймає та реагує на вразливий контент, особливо під час повномасштабного вторгнення.

**Мета дослідження** — дослідити, як молоді люди, віком від 21 до 35 років сприймають вразливий контент під час повномасштабного вторгнення. Дослідження спрямоване на виявлення особливостей сприйняття молоддю інформації, що стосується вразливих ситуацій, зокрема під час війни та зрозуміти їх реакції на такий контент.

**Об'єктом дослідження** є молодь віком від 21 до 35 років. вразливий контент

**Предметом дослідження** є взаємодія молоді з вразливим контентом під час повномасштабного вторгнення, зокрема, сприйняття цього контенту, реакція на нього та наслідки цього впливу на стан та поведінку молоді.

**Завдання** дослідження:

- провести огляд літератури з питань феномену «контент» та його впливу на молодь;
- визначити джерела дослідження;
- вивчити особливості сприйняття вразливого контенту під час повномасштабного вторгнення;
- дослідити реакцію молоді на вразливий контент через проведення опитування та інтерв'ювання цільової аудиторії;
- проаналізувати результати опитування та інтерв'ювання для визначення патернів;
- проаналізувати роль медіа та соціальних мереж у поширенні вразливого контенту та його вплив на молодь;
- запропонувати рекомендації щодо запобігання негативного впливу вразливого контенту та сприяння розумінню його молоддю, зокрема розвитку медійної грамотності та критичного мислення.

У ході реалізації завдань дослідження було використано комплекс **методів**, включаючи анкетування, глибинні інтерв'ю, спостереження та аналіз медіа. Цей комплекс методів дозволяє отримати різнобічні дані про сприйняття вразливого контенту, емоційну реакцію, вплив на психологічний стан та поведінку молоді.

**Структура кваліфікаційної роботи** визначається поставленою метою та завданнями наукового дослідження. Робота складається зі вступу, шести розділів, які діляться на підрозділи, висновку, списку використаних джерел.

## РОЗДІЛ 2. ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛЬНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ

### 2.1. Огляд літератури, що стосується розуміння поняття контент та його впливу на споживача інформації.

Сьогодні важко уявити життя людини без інформації, вона стала однією з основних цінностей в житті людей оскільки завдяки їй людина може бути проінформована про те, що відбувається навколо неї відповідно, вона може належним чином реагувати на події, планувати свої дії та комунікувати зі своїм оточенням. Інтенсивний розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій, поряд з позитивними змінами у житті суспільства, створює нові виклики, містить у собі ризики негативного впливу інформації на людей, особливо на молоде покоління.

В умовах пандемічної та постпандемічної реальності, після суттєвого обмеження живого спілкування у суспільстві, соціальні мережі та нові мас-медіа стали відігравати особливу роль для всіх груп населення, як основні джерела життєво важливої інформації. При цьому, зважаючи на невеликий життєвий досвід, у молодих людей рівень довіри до цих джерел є високим, тому саме на молодь може негативно вплинути вразливий контент.

Перш ніж приступити до опрацювання питання формування ознаки вразливості контенту, розглянемо роботи іноземних та вітчизняних авторів, які будуть диференційовані за кількома групами.

До першої групи можна включити роботи науковців, які присвячені вивченню специфіки сприйняття медіа-контенту та його впливу на представників різних вікових груп. Серед таких є М. Маклюен, Дж. Морріш та ін. Аналіз цих робіт дає змогу зробити висновки, що людина володіє вельми обмеженим індивідуальним досвідом, але оточення постійно змінюється та вимагає від індивіда вміння орієнтуватися в багатьох життєвих процесах.

До другої групи віднесемо наукові статті та публікації, спрямовані на вивчення специфіки сприйняття та форми взаємодії людей та Інтернет-простору, зокрема це Дж. Вальтер, Д. Вестерман, М. Мюллер, М. Барбю, Дж. Бертен, Л. Лангвелл, Б. Ван Дер Хейд, Дж. Кім, С. Тонг, Дж. Антоні.

Існують різноманітні статті, написані українськими дослідниками. Так, серед досліджень, які були направлені на тлумачення з наукової точки зору поняття «контент» та «вразливий контент». Серед них можна згадати роботи таких авторів, як Д. Проценко, Х. Кулаковська, Л. Монич, Л. Дмитрів, Гулевич, К. Халимон, Л. Монич та інші. Наведені роботи слід віднести до третьої групи наукових робіт, які було використано під час дослідження обраної теми. В цю групу доцільно також включити роботи, що аналізують вплив Інтернет-джерел, на суспільство й на молодь зокрема. Це роботи українських авторів: А. Басовська, Т. Веретенко, М. Наумової, А. Пилипенко, М. Чала; закордонних філософів та соціологів, зокрема Д. Бойд, М. Ліма, Р. Арнхейм.

До четвертої групи джерел віднесемо закордонних вчених-дослідників щодо впливу контенту на представників підростаючого покоління. Це Т. Лірі, М. Стюарт. Вони змістовно описують вплив інформаційного контенту на молодь. Цікавими в рамках цієї групи, зокрема «молодь», для дослідження є роботи вітчизняних авторів, зокрема Т.Вакуліч, С. Глущенко, І. Литовченко, Е. Лібанова.

До останньої – п'ятої групи літературних джерел слід віднести словники, які було використано у опрацюванні поняття «контент», «вразливий контент» й наведення загально-прийнятих тлумачень. До такої групи віднесемо роботи Дж. Грея, Л. Бунегру, Л. Чемберс.

В наступних розділах цієї роботи розглянемо більш детально питання виникнення, розвитку, класифікації, сприйняття вразливого контенту молодими людьми.

## 2.2. Дослідження джерел літератури

Термін «контент» це поняття узагальнене, яке набуло широкого поширення з розвитком Інтернету, хоча має більш широке визначення та застосовується у багатьох сферах. У перекладі з англійської «content» означає «зміст». Сюди належить передусім текст. Фотографії, картинки, відео- та аудіофайли також зараховуються до медіаконтенту. Це поняття є загальноприйнятим в медійній індустрії та комунікаційному середовищі. Фахівці з такого середовища описують контент як зміст, наповнення чогось, яке може включати текстові матеріали, відео, аудіозаписи або картинки.

У засобах масової інформації категорія "контент" означає інформаційно значуще наповнення інформаційного ресурсу, такого як газети, журнали, радіо- чи телепрограми. Це можуть бути тексти, графіка, аудіо, мультимедіа, тобто інформація, яка призначена для споживання читачем.

Розглянемо деякі джерела літератури, які можуть бути важливими для розкриття цього поняття та значущості для комунікації.

Канадський соціолог М. Маклюен, який активно досліджував вплив засобів комунікації на суспільство і культуру у своїй книзі «Розуміння засобів комунікації: зовнішнє розповсюдження людини» ще в 1964 році описав концепцію «середовища як повідомлення», в якій дослідив як впливають на середовище засоби комунікації. У своїй роботі він дійшов висновку, що важливішим є форма комунікаційного засобу, а не сам контент. Іншими словами, важливий вплив на сприйняття інформації відіграє довіра до засобу комунікації, швидкість та форми повідомлень від нього, внаслідок чого може відбутися так зване «засліплення» інформацією [10].

Розвиток інформатизації, що охопила всі сфери життя, значно вплинув на способи комунікації в медійному просторі. Згідно з дослідженнями Юргена Хабермаса 1996 року «Комунікативна дія і дискурс», було виділено дві форми повсякденної комунікації, а саме медіа і його контент. Контент може включати різні складові, включаючи мовні висловлювання, дії, вчинки, переживання та їх

втілення. Ці елементи взаємопов'язані та належать до комунікативної дії. Однак, у дискурсі основну роль відіграють мовні висловлювання та їх зміст. Зважаючи на це, розуміння та аналіз мовних висловлювань важливі для дослідження теми інформатизації та медійного простору [52].

Дослідження фахової термінології, пов'язаної з поняттям «контент» висвітлено у роботі Х. Кулаковської «Візуальний контент інтернет-ЗМІ: термінологічні засади дослідження» від 2012 р. Вона робить висновок, що переважно аудиторія сприймає інформацію візуально, що пов'язано з природою людини та сучасним розвитком технологій [34].

Наукове осмислення поняття «контент» досліджено також в роботах науковців:

- Л. Монич «Особливості жанрового контенту сучасних літературно-художніх журналів України» від 2012 р. У своїй роботі Монич досліджує різноманітні жанри контенту, які використовуються в сучасних літературно-художніх журналах України. Вона аналізує особливості цих жанрів, їх структуру та функції, а також вивчає, які теми та ідеї частіше зустрічаються у цьому контенті [41];

- Л. Дмитрів у своїй роботі «Якість текстового контенту сайту з погляду редактора» від 2014 р. досліджує питання якості текстового контенту на веб-сайтах з точки зору редактора, аналізує різні аспекти, що впливають на якість контенту, такі як структура, стиль письма, граматики, орфографія, зрозумілість та ефективність передачі інформації [29];

- Ю. Гулевич у роботі «Подієва комунікація: особливості використання соціальних мереж» від 2020 р. проаналізував особливості комунікації в соціальних мережах та її вплив на створення та поширення контенту [26];

- К. Халимон у своїй праці «Поняття «контент» та форми його подання в журнальних виданнях» від 2011 р. провів аналіз різних аспектів контенту, що представлені у журнальних виданнях, таких як структура, формат, стиль та види матеріалів [53];

Перераховані вище роботи розкривають поняття контенту, генезису розвитку, типологічних особливостей та специфіки побудови сучасного контенту в умовах існування широкого спектру платформ для його розміщення та розповсюдження.

Важливими для дослідження в рамках обраної аудиторії «молодь» є роботи вітчизняних авторів:

- Т.Вакуліч у роботі «Інтернет-залежність як новий вид адитивної поведінки» від 2005 р. досліджує проблему Інтернет-залежності серед молоді, виявляє чинники, що сприяють розвитку такої залежності, та розглядає її вплив на життя та психологічне благополуччя молоді. Робота Т.Вакуліч є одним із перших досліджень в Україні, яке стосувалось проблеми залежності молоді від мереж Інтернет. Це дослідження висвітлює важливий аспект впливу Інтернету та його контенту на молоде покоління [19].

- С. Глущенко у своїй роботі «Соціально-психологічні особливості Інтернетаддиктивної поведінки особистості» від 2008 р. розглядає різні аспекти поведінки людини, такі як залежність від соціальних мереж, комп'ютерних ігор, онлайн-шопінгу та інші форми активності в мережі Інтернет. Авторка також розглядає можливі наслідки Інтернет-залежності на психологічне благополуччя та соціальну адаптацію особистості [23].

В межах цієї Магістерської роботи було виділено групу інтернет джерел, які увійшли до передостанньої групи джерел та містять інформацію з приводу факторів впливу контенту на суспільство й на молодь:

- Т. Веретенко у своєму дослідження «Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі» від 2020 р. аналізує фактори, що визначають або впливають на безпечну діяльність молоді в Інтернет-мережі [21];

- М. Наумова у роботі «Якість та достовірність медіаконтенту як чинники перетікання аудиторії телебачення до Інтернет-ресурсів» від 2021 р. досліджує вплив якості та достовірності медіаконтенту, а також чинники, що впливають на перехід з телебачення на онлайн-ресурси [43];

- А. Пилипенко у дослідженні «Контент літературного журналу: принципи моделювання» від 2012 р. аналізує, які принципи використовуються при створенні контенту літературних журналів та які елементи контенту використовуються для привернення уваги читачів [46];

Наукове осмислення контент з урахуванням міжнародного досвіду описано в роботі Д. Проценко, Д. Тупчієнко під назвою «Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід» від 2012 р. Вони проаналізували принципи, підходи та критерії, які використовуються регулюючими органами країн, законодавство яких було досліджено, для класифікації аудіовізуальних ЗМІ, проаналізовано регуляторну політику цих країн та запропоновано шляхи втілення методів регулювання у національному полі України [48].

Розкриваючи у своїй роботі поняття «медіаграмотність», окрему увагу вони приділили важливості «задовольнити очікування щодо реакції з боку держави на нові явища та сервіси, які мають неабиякий вплив на світогляд як споживачів із високим рівнем медіа-грамотності, так і на вразливі та менш захищені групи споживачів аудіовізуальних відеоматеріалів» [48].

До робіт, що містять словники, які було використано для визначення поняття «вразливий контент» й наведення загально-прийнятих тлумачень, слід віднести роботу Дж. Грея, Л. Бунегру, Л. Чемберс «Data journalism Handbook» від 2011 року [6].

Серед досліджень, які були направлені на тлумачення з наукової точки зору поняття «контент» слід згадати про таких авторів, як: С. Соколов (2019) «Великобританія покарала Facebook через скандал із витоком даних користувачів»; О. Личковська (2013) «Комунікативні практики як механізми формування соціальних ідентичностей у сучасному соціумі»; О. Лаврухіна (2012) «Інтернет-залежність як проблема сучасності»; І. Литовченко (2010) «Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі»; Е. Шапкина «Інтернет у системі засобів масової інформації та особливості його сприйняття у суспільній свідомості»; Л. Городенко (2006) «Нові медіа: журналістика чи

комунікація»; Р. Головенко (2006) «Молоде покоління України в алгоритмі суспільних процесів». В наведених роботах наводяться параметрами контенту та його обсяг; детально описуються форми подання, релевантність та ефективність. Наголошується на тому, що завданням контекстної стратегії контенту є встановлення значимості кожного складника і спосіб отримання бажаної реакції на матеріал.

В рамках дослідження питань вразливого контенту під час військової агресії російської федерації важливо ознайомитись з останніми публікаціями українських журналістів. Зокрема, 18-19 листопада 2023 року у Луцьку пройшов сьомий West Media Forum, який відбувся лейтмотивом «Amore, More, Ore, Re». На цьому заході було промодеровано панель «Медіа і війна: як створювати чутливий контент і чому це важливо» [55].

Медійниці Вікторія Кобиляцька, Мирослава Ільто, Надія Суха та Ана Море розповіли, як проживають війну, дослухаються до своїх співрозмовниць та співрозмовників, а також розмірковують, про що писати, а про що писати не варто.

Вікторія Кобиляцька зазначила, що «24 лютого стало таким собі рубіконом, коли всі журналісти та журналістки зрозуміли, що якщо ви хочете бути фаховими та писати про війну, то мусите знати що це таке, як власне писати таким чином, щоб не завдавати більшого болю людям, які і так потерпають від війни» [55].

За результатами дослідження вищеперелічених робіт можна зробити наступні висновки:

- контентом є внутрішня складова (наповнення) засобу масової інформації, сайту, соціальної мережі, іншого інформаційного простору, до якого належать тексти, фотографії, картинки, відео- та аудіофайли тощо, навіть реклама;

- контент спрямований на кінцевих користувачів чи аудиторію, яку розробник складає самостійно або копіює з інших інформаційних ресурсів;

- контент може бути декількох видів, серед основних можна виділити такі, як інформаційний, продаючий, навчальний, мультимедійний, розважальний, залучаючий, комунікаційний тощо. У свою чергу контент може структуруватися за різними підвидами;

- вразливий контент це більш вузький сегмент, дана категорія потенційно може впливати на споживачів й фактор чутливості або вразливості контенту визначається з боку специфіки та намірів такої інформації;

- особливої популярності вразливий контент набув в умовах появи соціальних мереж й залучення людей до формування власного контенту в межах цих соціальних мереж, без будь-якого дозволу з боку контролюючих державних структур.

- зважаючи на невеликий життєвий досвід, наявність таких рис характеру як максималізм та імпульсивність, вразливий контент може оказати на молодих людей суттєвий вплив;

важливим є підвищення рівня медіа-грамотності споживачів, так як контент може вплинути на вразливі та менш захищені групи споживачів інформації.

## РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ВРАЗЛИВИЙ КОНТЕНТ» ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ВПЛИВУ НА МОЛОДЬ

### 3.1. Визначення вразливого контенту

Перед тим як визначити поняття вразливого контенту, як складової загального контенту, слід розібратись з тим, що уявляє собою поняття контенту.

Слово контент має англійське походження («content»), що у перекладі означає «зміст» чи «вміст». Даний термін є комбінованим, що характеризує будь-яку інформацію.

Засоби масової інформації трактують поняття «контент», як ресурс для споживача, розуміючи під ним друковані засоби інформації, аудіо, відео, телевізійні програми, web-сайт та інше. Ця інформація спрямована на споживача та може уявляти собою графічні матеріали, друковані тексти, відеоматеріали, тощо.

Якщо, питання пов'язані з контентом були предметом досліджень науковцями, то стосовно вразливого контенту таких досліджень майже немає.

Так для кращого розкриття поставленого питання, в таблиці 3.1 наведемо поняття «контент» з точки зору науковців

Таблиця 3.1

Наукові точки зору з приводу визначення поняття «контент»

№ з/п	Характеристика поняття «контент»	Джерело наведеного поняття

1	Контент – це частина інформаційної складової мережного ресурсу (або сайту), яку користувач може використати на свій розсуд (зокрема, завантажити на власний комп'ютер та зберегти для особистого користування).	Дж. Гол
2	Контент - це інформація, якою наповнені всі канали комунікацій бізнесу – сайти, лендинги, соцмережі та інші.	Л. Дмитрів
3	Контентом вважають текст, графіку, аудіо, ролики, анімацію, зображення	М. Женченко
4	Контент - це все те, що може бути виражене за допомогою мови, письма чи будь-яких інших інструментів передачі інформації.	А. Захарченко
5	Контент – це певні дані, інформація, призначена для користувачів. Може бути абсолютно будь-який тематики і виражатися у різній формі.	Р. Крейг

Отже, з наведених вище наукових тверджень можна сформулювати єдине власне визначення поняття «контенту» та викласти його у наступному вигляді: контент – це будь яка інформація, виражена текстом, мовою, фотографією, відеороликом, аудіороликом, або іншим інструментом передачі інформації призначеної для користувачів.

Розглянуті вище наукові твердження дають підстави для формулювання визначення «контент». Під ним можна розуміти інформацію у текстовому,

Ефективний контент має відповідати вимогам лаконічності, актуальності, достовірності, тематичної спрямованості, бути простим й одночасно повним та максимально розкривати тему.

Прогресивний розвиток інформаційних інтернет-ресурсів призвів до появи різновидів контенту. На рис. 3.1. схематично зображена класифікація контенту.

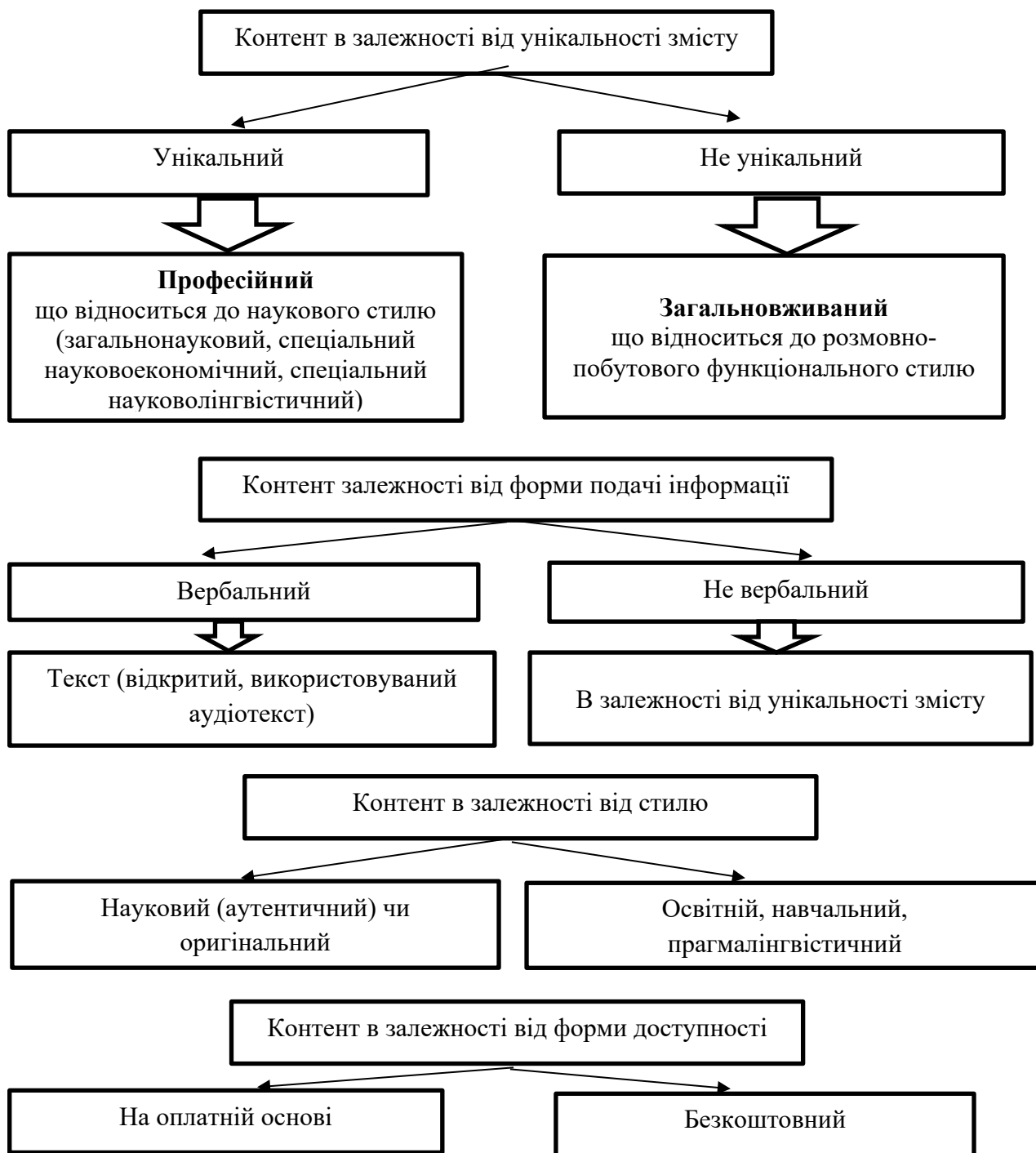


Рисунок 3.1. Типологія (види) контенту

Якщо розглядати web-ресурс, то у цьому випадку є та його частина, з якою споживач може проводити певні дії. Наприклад, шляхом зберігання та використання такої інформації. У контексті веб-ресурсу контентом прийнято називати ту частину інформаційної складової мережного ресурсу (або сайту), яку користувач може використовувати на свій розсуд (зокрема, завантажити на власний комп'ютер та зберегти для особистого користування).

Оскільки метою цієї роботи є аналіз сприйняття вразливого контенту молоддю України, звернемось до законодавства України, що регулює питання обмеження розповсюдження забороненої інформації в Україні.

Нещодавно в Україні набув чинності Закон України 13 грудня 2022 року № 2849-IX «Про медіа». Цей документ визначає правові засади діяльності в Україні суб'єктів у сфері медіа, а також засади державного управління, регулювання та нагляду у цій сфері. Серед іншого, цим Законом встановлено вимоги до контролю медіа, також він визначає особливості правового регулювання діяльності медіа в умовах збройної агресії [32].

Статтею 36 зазначеного Закону встановлені обмеження щодо змісту інформації. Так, на території України в медіа та на платформах спільного доступу до відео забороняється поширювати:

- заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу, розв'язування або ведення агресивної війни або воєнного конфлікту, порушення територіальної цілісності України, ліквідації незалежності України, інформацію, яка виправдовує чи пропагує такі дії [32];

- висловлювання, що розпалюють ненависть, ворожнечу чи жорстокість до окремих осіб чи груп осіб за національною, расовою чи релігійною ознакою [32];

- висловлювання, що підбурюють до дискримінації чи утисків щодо окремих осіб та груп осіб на основі етнічного та соціального походження, громадянства, раси, релігії та вірувань, віку, статі, сексуальної орієнтації, гендерної ідентичності, інвалідності або за іншою ознакою [32];

- пропаганду або заклики до тероризму та терористичних актів, інформацію, що виправдовує чи схвалює такі дії [32];
- фільми, розповідження та демонстрування яких заборонено відповідно до Закону України "Про кінематографію" [32];
- порнографічні матеріали, а також матеріали, що заохочують сексуальну експлуатацію та насильство над дітьми, демонструють статеві відносини дітей, використовують образ дітей (візуальний запис образу дітей) у видовищних заходах сексуального чи еротичного характеру [32];
- пропаганду вживання наркотичних засобів, психотропних речовин [32];
- пропаганду жорстокого поводження з тваринами [32];
- інструкції або поради щодо виготовлення, придбання або використання вибухових, наркотичних чи психотропних речовин [32];
- інформацію, що заперечує або виправдовує злочинний характер комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років в Україні, злочинний характер націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму, створює позитивний образ осіб, які обіймали керівні посади у комуністичній партії [32];
- інформацію, що містить символіку комуністичного або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму, крім випадків, передбачених Законом України "Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки" [32];
- інформацію, що містить пропаганду російського тоталітарного режиму, збройної агресії російської федерації як держави-терориста проти України, а також символіку воєнного вторгнення російського тоталітарного режиму [32];
- інформацію, що принижує або зневажає державну мову [32];

- інформацію, що заперечує або ставить під сумнів існування українського народу (нації) та/або української державності та/або української мови [32].

Вищезазначені заборони належать до забороненого контенту, але чутливий контент має багато спільного з ним. Усі перелічені пункти вищезазначеної статті Закону мають пряме відношення до вразливого контенту, так як вони тієї чи іншою мірою зачіпають права та самопочуття людей й можуть викликати негативне ставлення до нього.

Як такого, єдиного визначення поняття вразливого контенту, як складової загального контенту сучасна література не містить. Вразливий контент згадується у багатьох публікаціях, його розглядають як більш вузький сегмент контенту, адже він передбачає змістовне наповнення такою інформацією, яка хоч і не порушує правила, але він не завжди вписується у загальноприйняті правила та норми журналістики. Іншими словами, він потенційно може нанести шкоду споживачам інформації та навіть спонукати їх до непередбачуваних дій або привести до погіршення їх морально-психологічного стану.

Особливої актуальності зміст чутливого контенту набув останнього часу, коли широкої популярності набули соціальні мережі й люди отримали можливість формувати власний контент та публікувати його у мережі Інтернет. Якщо держава за рахунок національного законодавства контролює засоби масової інформації й може припинити їх діяльність за поширення забороненого контенту, позбавити акредитації журналістів тощо, то політики контролю за контентом соціальних мереж суттєво залежать від власників таких соціальних мереж.

Насамперед, мова йдеться про такі мережі як Facebook та Instagram, а також YouTube-канали та інші. Менеджмент таких мереж та каналів створює власні стандарти про заборонений, а також чутливий або вразливий контент й при порушенні цих стандартів блокує інформацію користувача. При цьому власники соціальних мереж (каналів) встановлюють власну політику, але з

урахуванням політики країни своєї реєстрації. Проте розповсюдження певної інформації у різних країнах світу може нанести шкоду споживачам з певних країн.

Отже, до чутливого контенту належить контент, який тієї чи іншою мірою впливає на самопочуття людей й може викликати негативне ставлення до нього. Він передбачає змістовне наповнення такою інформацією, яка хоч і не порушує правила, але може призвести до нанесення шкоди споживачу інформації та спонукати їх до непередбачуваних дій або привести до погіршення їх морально-психологічного стану.

У свою чергу, молодь є особливо вразливою аудиторією, оскільки зважаючи на невеликий життєвий досвід, вразливий контент може оказати на молодих людей суттєвий вплив.

### **3.2. Приклади впливу вразливого контенту на молодь, емоційна реакція та психологічні наслідки його сприйняття**

Вже тривалий час журналісти, дослідники та інші фахівці досліджують питання впливу контенту на споживачів інформації, наприклад, Н. Пасічник та А. Антонюк розглядають питання впливу контенту в контексті веб-менеджменту. Вони акцентують свою увагу на питаннях достовірності текстового контенту, законності і безпечності функціонування [14].

Одним із головних критеріїв якості контенту є достовірність інформації, що в ньому міститься та її аналіз. Так, С.Г. Мельник у своїй роботі вважає, що можливість виникнення у матеріалах оцінок, заснованих на індивідуальних поглядах, відбивається на сприйнятті аудиторією відомостей, генеруючи в майбутньому шанс інтерпретації тих чи інших даних, що призводить до виникнення та поширення хибної інформації, а значить, що не відповідає критеріям якості [50].

Насамперед це стосується рівня достовірності інформації, адже головне завдання журналістики - повідомлення соціально значущих, актуальних і правдивих фактів.

Якщо розглядати основну мету будь-якого контенту то вона полягає у вчиненні впливу на споживачів за рахунок інформаційного наповнення контенту.

З іншого боку, один і той же контент може по різному діяти на споживачів. Наприклад, зовнішнє середовище або кризова ситуація навколо людини може суттєво вплинути на її сприйняття інформації. Якщо, у звичайних умовах людина з легкістю віднеслась б до певної інформації, то під час кризових ситуацій, ця інформація може перетворитися у чутливий, або вразливий контент.

Визначимо, як впливає чутливий контент соціальних мереж на користувачів, чи здатний він спонукати користувачів на дії у реальному житті. Для початку необхідно розібратися з найпростішими способами маніпуляції та спонукання користувачів до певних дій з за допомогою мережі Інтернет.

Як перший приклад розглянемо таке найпоширеніше явище у соціальних мережах, як масові віртуальні акції під назвою «challenge».

Челлендж – це жанр інтернет-роликів, у яких блогер виконує завдання на відеокамеру та розміщує його в мережі, а потім пропонує повторити це завдання своєму знайомому чи необмеженому колу користувачів. Найвідомішим і найнебезпечнішим із таких челенджів став «Tide pods challenge», в якому учасники намагалися ковтати капсули з пральним порошком, цей виклик призвів до ряду травм та летальних наслідків. Беручи участь у подібній акції, учасники можуть нашкодити самому собі, закликають інших користувачів до подібних неадекватних дій.

Таким чином, на перший погляд таке невинне явище як челендж, що легко мобілізує людей на конкретні дії, може носити яскраво негативний характер, що мотивує людей на непередбачливі вчинки, які ставлять під загрозу життя та здоров'я учасника.

Популярність челенджей можна пояснити поведінкою людини офлайн. Деймон Сентола вважає, що ухвалення ризикованих рішень людиною зазвичай викликано емоційним хвилюванням, яке посилюється в натовпі. Таке хвилювання викликається в режимі онлайн великою кількістю коментарів та загальною активністю під популярними дописами, що спонукає людей брати участь у таких акціях.

Поширенню челенджів сприяє емоційне збудження її учасника від участі у такому заході. За даними дослідження RMIT University було з'ясовано, що багато хто з людей беруть участь у челенджі, щоб приєднатись до певної групи та бути «в тренді». При цьому учасники не думають про наслідки, тому що їхні думки зайняті гонитвою за популярністю.

Часто індивід так прагне справити враження і вписатися до певної групи, що жертвує критичним мисленням та здатний на неадекватні вчинки. Очевидно, що така поведінка найбільш актуальна для молоді та осіб підліткового віку, які прагнуть самовизначення, самовираження та визнання оточуючих. Завдяки таким характерним для більшості індивідів психологічним особливостям у мережі Інтернет поширюється безліч трендів, способів самовираження та зразків поведінки. Найчастіше це позитивні чи невинні тенденції, спрямовані на розвагу користувачів, але, як ми переконалися, іноді можуть з'являтися явно деструктивні приклади, що провокують інших користувачів на небезпечні дії, що здійснюються не у віртуальному просторі, а реальному житті.

Таким чином соціальні мережі як інструменту впливу на вчинки та поведінку людини достатньо ефективні. Спровокувати молоду людину на подібні дії досить просто, багато хто сам буде готовий прийняти будь-який виклик, якщо це додасть їй популярності. Не дивно, що в сучасності багато політичних компаній і громадські заходи також відбуваються з великим упором на користувачів мережі Інтернет, соціальних мереж та їх можливості охоплення та мобілізації величезної аудиторії.

З лютого 2024 року Україна знаходиться у стані повномасштабної війни з російською федерацією. Починаючи з цього періоду українці повною

мірою відчули на собі результати впливу вразливого контенту внаслідок бойових дій на українській території, розстрілів та катування цивільних, зруйнованих міст тощо. Зазначений контент не є забороненим, так як він не пропагандує ідеї війни, він розповідає про захист нашої країни від російської агресії, але він здійснює негативний вплив як на молодь, так і на все населення України в цілому. Як наслідок, невідповідність споживачів до такого контенту може нанести шкоду таким споживачам та до погіршення їх морально-психологічного стану.

Водночас з цим, в росії створено велика кількість так званих «ботоферм», метою діяльності яких є створення забороненого та вразливого контенту, розповсюдження недостовірної інформації, приниження українців, блокування дописів українців про реальну картину війни тощо. Також зафіксовано десятки тисяч атак російських «ботів», які масово скаржаться на публікації та профілі українців, щоб нашкодити Україні в цілому.

У наступному розділі розглянемо методологія дослідження впливу вразливого контенту на українську молодь під час повномасштабної агресії російської федерації проти України.

## **РОЗДІЛ 4. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВРАЗЛИВОГО КОНТЕНТУ НА МОЛОДЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

### **4.1. Суть та основні етапи дослідження**

За загальним правилом під час проведення дослідження слід визначити послідовно, логічно і змістовно взаємопов'язані етапи, які можуть полягати у наступному:

- розробка програми і плану, в яких визначити предмет і завдання дослідження, робочої гіпотези, методи дослідження тощо;
- підготовка до збору інформації: розробка документів програмового збору інформації (перелік питань, форму анкети та/або план інтерв'ю), тощо;
- збір первинної інформації за результатами дослідження;
- упорядкування та обробка зібраної інформації (групування, зведення, складання таблиць);
- оцінка результатів (інтерпретація даних, формулювання висновків, розробка пропозицій);
- реалізація результатів дослідження.

Ретельна підготовка до дослідження, що полягає у розробці та послідовній реалізації вищевикладених етапів дозволить всебічно розкрити тему дослідження та отримати необхідні результати для подальшого аналізу. Про наповнення етапів дослідження йдеться у наступному розділі цієї Магістерської роботи.

### **4.2. Створення програми та етапів дослідження**

Розглянемо вищезазначені етапи дослідження для досягнення цілей цієї Магістерської роботи більш докладно.

## 1. Програма та план дослідження

Предметом дослідження є взаємодія української молоді з вразливим контентом під час повномасштабної агресії російської федерації проти України. В межах цієї програми потрібно дослідити сприйняття цього контенту, реакцію на нього та наслідки цього впливу на психологічний стан та поведінку молоді.

Завданням дослідження є дослідження результатів впливу вразливого контенту на молодь віком від 21 до 35 років під час повномасштабної агресії російської федерації проти України.

Представляється, що цей контент негативно впливає на самопочуття молоді, може призвести до нанесення шкоди споживачу інформації та привести до погіршення їх морально-психологічного стану. Дослідження будемо проводити через проведення опитування та інтерв'ювання об'єкту дослідження. Об'єкт дослідження - молодь віком від 21 до 35 років.

## 2. Розробка документів програмного збору інформації

Для проведення дослідження було використано анкетування та інтерв'ювання. Цей комплекс методів дозволить отримати різнобічні дані про сприйняття вразливого контенту, емоційну реакцію, вплив на психологічний стан та поведінку молоді.

### А) ІНТЕРВ'ЮВАННЯ

Для проведення інтерв'ю з опитуваними було розроблено п'ять груп (блоків) запитань, які спрямовані на отриманні необхідної від опитуваних інформації для подальшого проведення дослідження.

Перший блок складається з загальних питань з метою отримання уявлення про респондентів. Також, за рахунок запитань у цьому блоці можна бути створити основу для подальшого поглиблення дослідження та переходу до більш конкретних запитань, з приводу медіаплатформ, в яких можна виявити вразливий контент:

- 1.1 Скільки Вам років?
- 1.2 Де Ви зараз проживаєте?
- 1.3 Ким Ви працюєте?
- 1.4 Якими соціальними медіа платформами Ви користуєтесь?
- 1.5 Чи стикались Ви із вразливим контентом?
- 1.6 Як Ви трактуєте термін "вразливий контент"?

Застосування другого блоку запитань дозволить зрозуміти, з яких джерел респонденти отримують інформацію, на яких платформах вони відчуває більшу емоційну вразливість та наскільки часто респонденти стикаються із вразливим контентом.

- 2.1 З яких платформ Ви дізнаєтесь новини?
- 2.2 На яких платформах контент для Вас є більш вразливим/Після перегляду контенту з яких платформ у Вас відчувається негативна психологічна реакція?
- 2.3 Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?

Третій блок запитань спрямований на виявлення впливу вразливого контенту на респондентів за рахунок застосування більш конкретних запитань.

- 3.1 Чи стикалися Ви з вразливим контентом під час війни, таким як насильство, смерть, вбивства або сексуальний контент?
- 3.2 Якщо так, як Ви натрапили на цей вміст і був він навмисним чи ненавмисним?
- 3.3 Як Ви реагуєте на відео, фото або статті, які містять вразливий контент? (наприклад, фотографії трупів, кров, вбивства, реалії війни)
- 3.4 Чи відчуваєте Ви, що вразливий контент у медіа впливає на Ваше психологічне здоров'я?

- 3.5 Яку емоційну реакцію Ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?
- 3.6 Чи була у Вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?
- 3.7 Чи було у Вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи поїсти?
- 3.8 Який контент у медіа на Вас впливає найбільше?
- 3.9 Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?
- 3.10 Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на Вас впливають, як Ви себе відчуваєте після їх перегляду?

Четвертий блок запитань було розроблено з метою виявлення того, як респонденти долають наслідки сприйняття вразливого контенту.

- 4.1 Що Ви робили, щоб впоратися із вразливим контентом, який на вас вплинув?
- 4.2 Чи можете Ви описати способи, як ви намагались впоратись із вразливим контентом, що на вас вплинув і наскільки вони були ефективними?
- 4.3 Чи отримували Ви якусь допомогу від сім'ї, друзів чи професіоналів, щоб впоратися з наслідками війни?

В останньому п'ятому блоці запитань у ході інтерв'ювання буде важливим почути особисті думки респондентів щодо власних спостережень, якими вони хотіли б поділитись. Власне, з питання цього блоку можна буде визначити результати усього інтерв'ювання.

- 5.1 Чи є щось, чим ви хотіли б поділитися про свій досвід реагування на вразливий контент під час війни, чи якісь інші ваші думки чи міркування?

## Б) АНКЕТУВАННЯ

Для проведення дослідження було створено та розроблено анкетування на платформі Google Forms та розміщено у мережі Instagram для загального доступу. Всі охочі користувачі могли пройти анкетування з 21 березня 2023 року по 1 квітня 2023 року, що дозволило залучити 40 осіб та отримати більш репрезентативні результати. Анкета містила у собі такі запитання:

- 1. Скільки вам років?
  - 0-17
  - 18-20
  - 21-35
  - 36-45
  - 45+
- 2. Ваша стать:
  - Жінка
  - Чоловік
- 3. Де ви дізнаєтесь новини?
  - Соціальні мережі
  - Новинні сайти
  - Газети, журнали
  - Телевізор
  - Інше:
- 4. Де контент для вас є більш вразливим?
  - Соціальні мережі
  - Новинні сайти
  - Газети, журнали
  - Телевізор
  - Інше:
- 5. Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?
  - Декілька разів на добу
  - Один раз на добу

- Раз на тиждень
  - Раз на місяць
  - Не дивлюсь
  - Інше:
- 6. Як ви реагуєте на відео, фотографії або статті, які містять інформацію про реалії війни (зруйновані міста та села, підбиту техніку, фотографії вбитих, інші реалії війни)?
    - Я ігнорую цей контент
    - Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт
    - Я дивлюся і не відчуваю негативних емоцій
    - Інше:
  - 7. Як ви трактуєте термін "вразливий контент" під час російської агресії проти України?
    - Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кровю та трупами
    - Інформація, яка може спричинити негативні емоції або викликати тривогу, депресію
    - Всі вищезазначені варіанти
    - Інше:
  - 8. Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?
    - Дуже впливає
    - Дещо впливає
    - Майже не впливає
    - Не впливає зовсім
  - 9. Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?
    - Сум, жалість
    - Страх, тривогу
    - Гнів, обурення

- Інше:
  - 10. Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?
    - Так
    - Ні
    - Не знаю
  - 11. Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути чи вживати їжу?
    - Так
    - Ні
  - 12. Який контент у медіа на вас впливає найбільше?
- 

- 13. Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?
    - Так
    - Ні
    - Інше:
  - 14. Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
- 

### 3. Збір первинної інформації за результатами дослідження

Цей етап дослідження передбачав проведення безпосередньо процедури анкетування та інтерв'ювання респондентів.

Для проведення анкетування було створено анкету на базі платформи Google Forms, а посилання на цю анкету було розміщено у вигляді сторіз в соціальній мережі Instagram з наданням пояснення щодо цілей анкетування та проханням для користувачів заповнити її та.

Що стосується інтерв'ювання, то під час його проведення використовувалось два різних форматів розмови, деякі інтерв'ю планується провести в онлайн-режимі через платформу Zoom. У цьому випадку спілкування з респондентами проводилось віртуально за допомогою відеозв'язку, для отримання відповідей від респондентів з віддалених регіонів. Інші інтерв'ю були проведені шляхом особистих зустрічей з респондентами, що дозволить створити більш особистий контакт з респондентами та легше сприйняти їхні невербальні вирази та емоції. Кожне інтерв'ю тривало приблизно годину, що сприяло отриманню більш докладної інформації від кожної особи.

Користувачі, що бажали взяти участь в анкетуванні, мали перейти за гіперпосиланням, яке перенаправляло їх на анкету в Google Forms. Після закінчення періоду анкетування, отримані відповіді були зібрані в Google Spreadsheets й піддані аналізу з метою виявлення тенденцій, патернів та взаємозв'язків.

#### 4. Упорядкування та обробка зібраної інформації

На цьому етапі дослідження планувалось провести обробку інформації за результатами інтерв'ювання та анкетування, її групування тощо.

Саме на цьому етапі планувалось проаналізувати роль медіа та соціальних мереж у поширенні вразливого контенту та його вплив на молодь.

#### 5. Оцінка результатів

Отримані при виконанні попереднього етапу результати були піддані ретельному аналізу. За результатами такої оцінки було зроблено відповідні висновки, які стали основою для розробки рекомендацій щодо запобігання негативного впливу вразливого контенту та сприяння розумінню його молоддю.

#### 6. Реалізація результатів дослідження

Цей заключний етап передбачає реалізацію результатів дослідження шляхом інформування у подальшому респондентів та інших кіл. Основна мета – донести до них розроблені рекомендації для запобігання негативного впливу вразливого контенту та сприяння розумінню його молоддю.

## РОЗДІЛ 5. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 5.1 Проведення інтерв'ювання та його результати

В ході дослідження були проведені інтерв'ю з молоддю віком від 21 до 35 років, що дало можливість визначити тенденції та вплив вразливого контенту на цільову аудиторію. Результати інтерв'ювання містяться у Додатку 1 до цієї Магістерської роботи.

Для проведення інтерв'ювання була створена обстановка, яка сприяла відвертим розмовам з респондентами, зокрема було створено дружню спокійну атмосферу. Під час бесіди був обраний метод поступового підведення до теми дослідження, тобто люди були вже підготовлені до розмов на цю тему. Також було дотримано принцип «слухати співрозмовника», зокрема шляхом підтримки постійної уваги та візуального контакту, використання мови активних жестів, звернення до респондента за уточненням наданих відповідей, представлення можливості йому виговоритись. Діалог, під час інтерв'ю, будувався у формі відкритих запитань (описані у попередньому розділі цієї роботи), що дозволило респондентам вільно висловитися та розповісти про себе, свої думки та досвід.

Після того, як респондент представився, був застосований перший блок із загальних питань, щоб дізнатись респондента краще, дати йому змогу розповісти про себе та створити комфортну атмосферу для відкритої розмови:

Другий блок запитань дав змогу зрозуміти, з яких джерел респондент отримує інформацію, на яких платформах респондент відчуває більшу емоційну вразливість та наскільки часто респондент стикається із вразливим контентом.

Під час реалізації третього блоку запитань щодо впливу вразливого контенту на респондентів, респондентом було задано вже більш прямі запитання стосовно досліджуваної теми. Разом з цим, у процесі інтерв'ювання питання були трохи переформульовані (уточнені на прохання респондентів),

було задано додаткові запитання для роз'яснення і заглиблення відповідей. Це дозволило зібрати більш детальну інформацію про вплив вразливого контенту на респондентів та їх емоційну реакцію, зокрема, дізнатися, чи респонденти мали досвід зустрічі із вразливим контентом, як потрапили на вразливий контент, яка емоційна реакція виникає у респондентів при зустрічі із вразливим контентом, які можливі наслідки перегляду вразливого контенту, який конкретний тип вразливого контенту найсильніше впливає на респондентів. Також, респондентам було надано можливість описати свій особистий досвід взаємодії із вразливим контентом та взагалі як їх торкнулася війна.

Під час реалізації четвертого блоку запитань щодо виявлення механізмів подолання наслідків сприйняття вразливого контенту, респонденти поділилися своїми особистими стратегіями та практиками саморегуляції. За рахунок запитання п'ятого блоку у ході інтерв'ювання було отримано особисті думки респондентів щодо висновків та думок, якими вони хотіли б поділитись.

Під час інтерв'ювання уважно слухаючи відповіді респондентів, було поставлено ряд додаткових запитань, для роз'яснення і заглиблення відповідей та ведення діалогу. Велику увагу було приділено особистому досвіду респондентів, а також їх емоційному стану для з'ясування результатів інтерв'ювання, способів підтримки ними свого психічного стану. Це дозволило виявити індивідуальні аспекти, щодо впливу вразливого контенту на опитуваних.

Кожен респондент мав свій унікальний досвід і реакцію на вразливий контент. За результати інтерв'ювання усі опитані надали розгорнуті відповіді, розкрили свій особистий досвід та реакції на вразливий контент, пов'язаний з війною. Також респонденти поділилися своїми думками щодо покращення інформаційного простору, впливу медіа та розробки стратегій подолання негативного впливу вразливого контенту на молодь під час війни.

Як і передбачалось, за результатами інтерв'ю було виявлено, що найбільша кількість вразливого контенту міститься в такій соціальній мережі,

як Telegram, але при цьому більшість респондентів використовують для отримання новин саме цю соціальну мережу. Майже усі респонденти заявили, що отримувати інформацію, включаючи новини, статті, фотографії та відео у Telegram можна більш оперативно, аніж з інших медіа ресурсів. Також, у цій соціальній мережі контент публікується без цензури, що викликає більшу довіру в респондентів.

Наявність великої кількості вразливого контенту саме на Telegram достатньо легко пояснити. Так, діяльність засобів масової інформації України регулюється законодавством, зокрема Законом України «Про медіа», для підвищення якості контенту на рівні редакторів цих видань проводиться досить серйозна робота щодо якості видання, вони контролюють появу як забороненого, так і вразливого контенту.

Якщо аналізувати соціальні мережі, створені на базі платформ Facebook та Instagram та, наприклад TikTok, що користуються широкою популярністю серед молоді, то зміст інформації в таких соціальних мережах достатньо жорстко контролюється власниками цих платформ. Такий контроль було створено у зв'язку з запровадженням в багатьох країнах цензурування соціальних мереж, тому створені політики власниками платформ щодо якості контенту не могли оминути Україну.

Але ж платформа Telegram не підпадає під дію Закону України «Про медіа». У цій мережі створено безліч анонімних каналів з невідомими авторами, а активність росіян у цій мережі та відсутність зворотного зв'язку з власником платформи є загрозливими факторами. При цьому слід урахувати, що на базі цієї платформи саме аудиторія є як транслятором, так і споживачем інформації.

Щодо інших результатів інтерв'ювання, нижче наведено згруповані відповіді на поставлені запитання.

Загальна характеристика відповідей, які були надані респондентами:

Опитані респонденти натрапляють на вразливий контент різними шляхами. Деякі респонденти зазначили, що вони підписалися на ті або інші канали на відомих платформах й на регулярній основі знайомляться з розміщеним на них контентом. Деякі респонденти відвідують соціальні мережі та веб-сайти й самі шукають останні новини, періодично потрапляючи на вразливий контент. Інші випадково натрапляють на цей контент під час перегляду стрічки новин або переходу за посиланнями.

Реакція на вразливий контент у кожного респондента індивідуальна. Деякі респонденти, в основному це активна молодь (військові або волонтери) відчували сильну емоційну реакцію, таку як гнів та/або злість, бажання помститися. Інші, більш пасивні молоді люди, відчували відчуження, відчуття безсилля, відчай, занепокоєння або страх. Загальною рисою усіх респондентів було так чи інакше відчуття суму та іноді відчаю.

Також за результатами інтерв'ювання більшість респондентів підтвердили, що вразливий контент сильно впливає на їхнє психологічне здоров'я. Вони зазначили, що такий контент викликає тривогу, депресію, тривожність, проблеми зі сном. Деякі після ознайомлення з таким контентом відчують фізичну втому та виснаженість. Також були респонденти, які описували втрату емоційної стійкості після перегляду вразливого контенту.

Для того, щоб позбавитись наслідків ознайомлення з вразливим контентом, деякі респонденти активно залучаються до допомоги Силам Оборони України задля того, щоб вжити усіх можливих заходів для скорішої Перемоги України у цій страшній війні. Інші віддають перевагу фізичним навантаженням задля переключення уваги, зазначаючи, що це допомагає звільнитися від негативних емоцій та стресу, які можуть виникати після перегляду вразливого контенту. Окремі респонденти зазначили, що у подоланні зі стресом, після перегляду вмісту із вразливим контентом їм допомагають релаксаційні техніки, такі як медитація та дихальні вправи. Більшість респондентів підкреслило, що розмови і відкриті діалоги є важливими для подолання впливу вразливого контенту, бо це дозволяє

висловити свої почуття, поділитися досвідом і отримати підтримку, такі розмови допомагають респондентам зняти емоційне напруження, знайти позитивну перспективу та зміцнити психологічну стійкість. Окрім цього, деякі респонденти також згадували у своїх відповідях професіональну допомогу психоаналітиків, як варіант звернення за підтримкою.

Отже, результати інтерв'ювання підтвердили гіпотезу, що вразливий контент негативно впливає на обрану аудиторію, дозволили отримати відповідні висновки та створити рекомендації, які будуть відображені у розділі 6 цієї Магістерської роботи.

## **5.2 Результати анкетування респондентів**

Загальна кількість учасників, що прийняли участь у анкетуванні становила 40 осіб. Учасники мали різні вікові категорії й різний життєвий досвід, різну стать, інтереси, що дозволило отримати більш об'єктивні та різнобічні дані, що забезпечило репрезентативність дослідження. Результати анкетування містяться у Додатку 2 до цієї Магістерської роботи.

Слід зазначити, що використання такого інструменту як Google Forms для проведення анкетування, значно спростило збір даних та надало можливість автоматично структурувати результати анкетування. Основна перевага розміщення анкети в Instagram полягала в тому, що процес залучення учасників був відкритим і доступним для всіх бажаючих, завдяки чому широке коло користувачів, особливо молодь віком від 21 до 35 років, активно скористалась цією соціальною мережею для того, щоб узяти участь у цьому дослідженні.

Аналіз отриманих даних з анкети допоміг визначити тенденції та основні патерни впливу вразливого контенту, зокрема на молодь. Зібрані відповіді допомогли зрозуміти, як молодь сприймає вразливий контент, як його споживає, як він впливає на них та які можливі шляхи подолання впливу

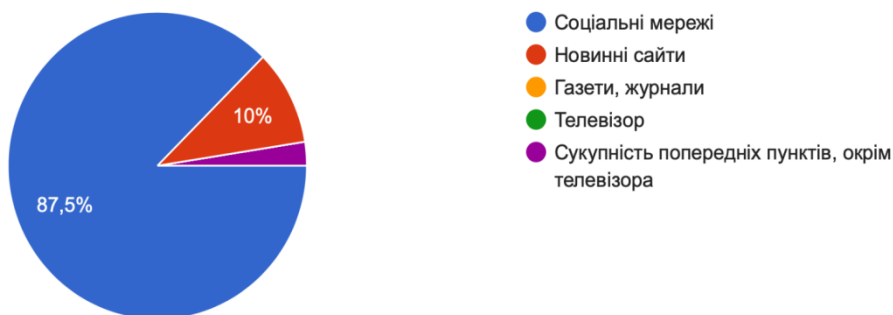
вразливого контенту можуть застосовані для зменшення негативних його впливу на молодь.

Описуючи результати опитування, основною метою якого був аналіз впливу вразливого контенту на емоційний стан людей, можна сформулювати такі висновки:

1. Загалом було опитано 40 учасників віком від 21 до 35 років, 27 жінок та 13 чоловіків. Більшість учасників (35) дізнаються новини через соціальні мережі:

Де ви дізнаєтесь новини?

40 ответов



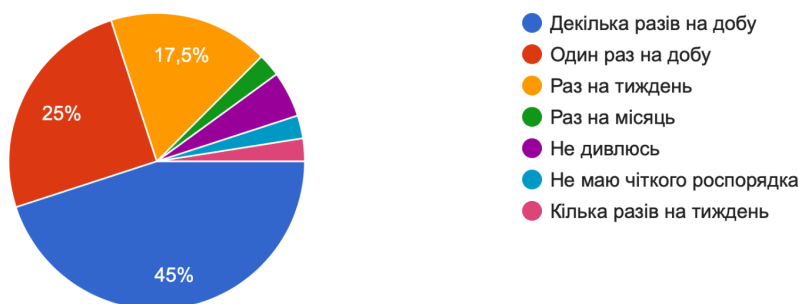
2. У таблиці нижче представлені різні джерела контенту і кількість відповідей, які вказують на те, де найчастіше учасники опитування отримують вразливий контент.

Джерело контенту	Кількість відповідей
Соціальні мережі	25
Новинні сайти	5
Телевізор	4

Особисте спілкування та аналіз подій	1
--------------------------------------	---

3. Більшість учасників (18) заявили, що дивляться негативний контент декілька разів на добу, тоді як 10 учасників переглядають його один раз на добу, і ще 7 учасники роблять це раз на тиждень. Тільки 2 учасник зазначили, що не дивиться негативний контент.

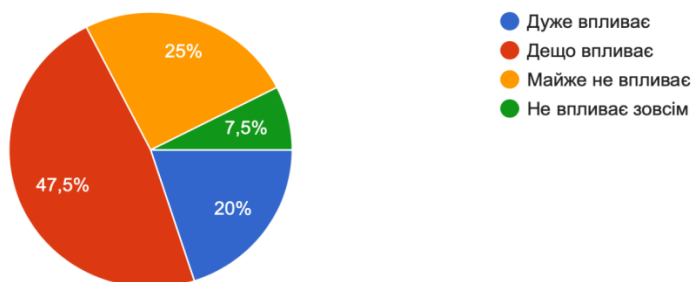
Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?  
40 ответов



4. Результати дослідження показали, що більшість учасників відчувають дискомфорт під впливом негативного контенту. Деякі учасники відзначили, що вплив негативного контенту на їхній емоційний стан є незначним. Менший процент учасники зазначили, що негативний контент сильно впливає на їхній емоційний стан. Узагальнюючи, результати, більшість учасників дослідження відчувають дискомфорт під впливом негативного контенту.

Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?

40 ответов



5. Реакції учасників на відео, фотографії або статті з вразливим контентом є різноманітними. Багато з опитуваних зазначають, що дивляться на такий контент, але відчувають дискомфорт. Деякі учасники також зазначають, що їхні реакції залежать від різних факторів, що може включати їхні настрої, ситуацію або особисті вподобання. Враховуючи різноманітність реакцій учасників, важливо пам'ятати, що реакції на вміст є індивідуальними, і можуть бути обумовлені різними факторами, такими як особистість, життєвий досвід, контекст споживання контенту тощо.
6. Більшість учасників (майже 50 %) заявляють, що вразливий контент має вплив на їхнє психологічне здоров'я. 25 % опитуваних стверджують, що вплив вразливого контенту є незначним або майже непомітним для них. Менша частина учасників (20 %) стверджує, що вразливий контент дуже впливає на їхнє психологічне здоров'я. 7,5 % стверджує, що вразливий контент зовсім не впливає на їх психологічне здоров'я.

Як ви реагуєте на відео, фото або статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії трупів, кров, вбивства, реалії війни)

40 ответов



7. Аналізуючи відповіді учасників щодо контенту, який найбільше впливає на них, можна зробити такі спостереження: Найбільш часто згадується контент, що містить матеріали, де зображені емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами. Близько 54% учасників вказують на такий тип контенту як основний, що впливає на них. Деякі учасників (приблизно 7%) зазначають, що неправдивий контент має значний вплив на них. Інші учасники (приблизно 7%) наводять позитивний вплив контенту, який стосується перемог ЗСУ.

## РОЗДІЛ 6. ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

### 6.1. Основні висновки щодо впливу вразливого контенту на молодь України.

Проведені інтерв'ювання та анкетування показали, що вразливий контент, що містить у собі сцени насильства, крові, вбитих людей та інше, викликає широкий спектр емоцій у споживачів, в основному негативних. Учасники дослідження відчували дискомфорт, сум, страх або гнів під впливом такого контенту. Ці емоції можуть мати шкідливий вплив на психічне благополуччя та загальний настрій людини.

Проте респонденти реагують на негативний контент різними способами. Деякі учасники відмовляються від споживання такого контенту, припиняють його перегляд або читання. Інші спробують забути про нього, зосереджуючись на позитивних аспектах життя. Деякі люди шукають контент, що має позитивний тон або спонукає до розвитку та самопокращення. Ці різні реакції свідчать про індивідуальний підхід до споживання контенту і наголошують на необхідності забезпечення різноманітних варіантів вибору для споживачів, щоб вони могли знайти позитивні, стимулюючі та безпечні для свого емоційного стану матеріали.

Як загальний висновок, індивідуальне сприйняття та реакція на контент є унікальною для кожної людини. Важливо розуміти власні емоційні реакції на різні типи контенту і звертатися до нього з обережністю, особливо тоді, коли йдеться про вразливий контент.

Не можна оминати одне цікаве спостереження, яке було сформоване за результатами інтерв'ювання респондентів. Не зважаючи на той факт, що сцени з загиблими солдатами, зруйнованими будинками тощо є вразливим контентом, реакція на нього споживачів контенту, зокрема молоді, у повній мірі залежала від того, хто саме є об'єктом в цих сценах. Якщо ці сцени пов'язані з діями українських Сил Оборони проти російського загарбника й стосувались втрат з боку російської сторони (зруйновані склади з

боєприпасами, казарми, інформація про збиті літаки та гелікоптери, інформація про втрати російської сторони тощо), то зазначений контент, хоч і належить за певними ознаками до категорії «вразливий контент», у більшості респондентів з боку української молоді викликав позитивні емоції й не мав негативного впливу на них. Отже, можна навести загальний висновок про те, що сприйняття вразливого контенту цілком залежить від життєвої позиції людини та її ставлення не сторін, що беруть участь у війні.

За результатами аналізу літератури, Інтернет-джерел, інтерв'ювання та анкетування та підсумовуючі вищевикладене, представляється, що подолання наслідків впливу вразливого контенту на молодь під час війни можна робити наступними шляхами:

- шляхом державного впливу на заборонений та вразливий контент;
- шляхом підготовки споживача контенту до його сприйняття, розвиток медійної грамотності споживачів.

Нижче розглянемо можливу реалізацію запропонованих шляхів.

## **6.2. Державний вплив на заборонений та вразливий контент**

За інформацією Міністра культури та інформаційної політики України Олександра Ткаченка в українському уряді неофіційно обговорюють впровадження методів контролю над популярною соціальною мережею Telegram. Він наголошує на тому, що Закон України «Про медіа» не розповсюджується на Telegram, хоча більшість українських засобів масової інформації створили на базі цієї платформи власні канали [18].

«Так зване регулювання поки на обговоренні на рівні «давайте поговоримо», але я думаю, настав час включати експертну оцінку. Соцмережа створила спільноту, яка закрита від суспільства, тоді як усі

медіа, що підпадають під закон, відкриті: відомі їх власники, є певна звітність тощо. Окрім того, який би зворотній зв'язок не був у Facebook і Google, але він є. Ми принаймні знаємо, до кого звертатися. До кого звертатися в Телеграмі, це питання непросте» [18], - каже Ткаченко.

О. Ткаченко також зазначає, що йдеться не про повну заборону, а про певне регулювання роботи соціальної мережі в Україні [18].

За відкритими джерелами інформації згадані Міністром стосовно згаданих платформ Інтернет в багатьох країнах здійснюється цензурування соціальних мереж, але воно переважно стосується контенту, який публікується в цих мережах. За порушення встановлених норм передбачені штрафи для компаній-власників.

Так, у Німеччині ще в 2018 році запроваджено законодавство, що стосується роботи соціальних мереж, у тому числі Facebook, Instagram, Twitter. Вони зобов'язані сформулювати прозорі процедури розгляду скарг й забезпечувати видалення забороненого контенту впродовж доби після отримання відповідної скарги [18].

У 2019 році в Австралії було запроваджено законодавчу заборону на поширення насильницьких матеріалів у соціальних мережах, а за порушення цієї заборони встановлено кримінальну відповідальність. У цій країні діє законодавство, який дає повноваження владі вимагати видалення певного контенту [18].

у 2020 році британський уряд розширив повноваження державного медіарегулятора щодо контролю за роботою соціальних мереж. У разі отримання запиту державного медіарегулятора компанії повинні забезпечити швидке видалення забороненого контенту [18].

З кожним роком кількість обмежень зростає. Наприклад, у 2023 році в Сполучених Штатах Америки було запроваджено перше обмеження у штаті Юта. Воно полягає у тому, що для користування соціальними мережами діти до 18 років мають отримати згоду батьків на користування цими соцмережами [18].

У 2023 році в Туреччині вводиться зобов'язання для соціальних мереж передавати органам влади особисту інформацію без будь-якого судового рішення після початку розслідування компетентними органами країни [18].

Не залишились осторонь й країни Європейського Союзу, у тому ж 2023 році країнами-членами були змінені правила контролю за соціальними мережами й було ухвалено закони, що стосуються діяльності Інтернет-провайдерів власників соціальних мереж. Законодавством було суттєво обмеження їх діяльності на поширення так званого незаконного контенту, серед яких дезінформація та мова ненависті. В результаті усі постачальники цифрових послуг зобов'язані виконувати такі вимоги, як: прозорість у поширенні інформації; повага до прав користувачів; співпраця з державними регуляторами тощо [18].

Загалом, за даними Statista, з 2015 року щонайменше 71 країна заблокувала або обмежила доступ до соціальних мереж [12].

З огляду на вищезазначені обмеження, як вже зазначалось у попередніх розділах цієї Магістерської роботи, менеджмент платформ, на яких базуються такі соціальні мережі, створює власні стандарти про заборонений, а також чутливий або вразливий контент й при порушенні цих стандартів блокує інформацію користувача. Так, згідно з відкритими даними в мережі Інтернет, частина контенту в Facebook та Instagram блокується через діючі алгоритми цих соціальних мереж й алгоритми перевірки працюють автоматично.

Зазначені алгоритми побудовані за певними правилами, але вони не завжди конкретні дуже розмиті, чим й користуються, наприклад, російські «боти». Наприклад, ці стандарти забороняють розміщення інформації про діяльність терористичних організацій, проте відсутність чіткого формулювання, що таке терористична організація, сприяла блокуванню усіх згадок про героїчні подвиги батальйону «Азов» (підрозділ, що належить до Сил Оборони України, офіційно створений 05.05.2014 у м. Бердянськ як батальйон патрульної служби міліції особливого призначення).

Не можна не сказати про те, що у світі існує низка тоталітарних держав, в яких встановлено тотальний контроль за роботою соціальних мереж. За даними Privacy Hub це такі країни, як російська федерація (заблоковані Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn та близько 1 000 інших сайтів); Білорусь (блокують окремі групи і канали, а коли неможливо — забороняють їх на законодавчому рівні); Туркменістан (заблоковані Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter, Skype, WeChat, Telegram та більшість інших соціальних мереж) [18]; Уганда (заблоковані Facebook та Instagram).у Китаї (блокуються майже усі західні платформи); Північній Кореї (блокуються усі платформи); Іран (заблоковані Facebook, Twitter, YouTube, Discord, Weibo, TikTok, Twitch та понад 5 млн інших вебсайтів) [18]; В'єтнам (більшість заблокованих сайтів стосуються лише В'єтнаму або використовують в'єтнамську мову).

У якості висновку до цього матеріалу можна сказати, що якщо говорити про Facebook та Instagram та подібні ним платформи, то держане регулювання може позитивно вплинути на інформаційне середовище України, але такі заборони досить важко застосувати до платформи Telegram, так як неможливість контролю за анонімними каналами на базі цієї платформи не дасть дієвого результату. Повна ж заборона або обмеження функціонування цієї платформи може принести нанести більше шкоди ніж користі користувачам, так як українці можуть бути позбавлені позитивних напрацювань, які надає ця платформа у повсякденному житті.

### **6.3. Розвиток медійної грамотності та інша підготовка споживачів до сприйняття контенту.**

Реакція споживачів на вразливий контент є не тільки результатом їх емоційного стану, а й життєвого шляху, умов яких кожен конкретний споживач перебуває, його медійної грамотності тощо. Тому розвиток медійної

грамотності споживачів, їх Це важливий шлях для вирішення питання впливу вразливого контенту на його сприйняття споживачами.

Слід зазначити, що питання медійної грамотності вже неодноразово піднімалося в Україні. Так, 25 листопада 2021 року в Укрінформі відбулася презентація аналітичного документа «Розвиток медіаграмотності в Україні» за участі Міністерства культури та інформаційної політики України. Цей документ був напрацьований працівниками проекту «Фільтр», а також партнерами з «Інтерньюз-Україна», ОБСЄ, багатьох інших організацій.

Основний послід цього документа полягає у тому, що тема медіаграмотності та боротьби з дезінформацією є ключовими пріоритетами для нашої країни. Аналітичний документ містить формулювання проблеми, способи її вирішення, оцінку іноземного досвіду та тих кроків, які відбуваються. Фактично він є результатом міжнародного огляду, всіх кращих практик, а метою цього проекту є намагання зробити медіаграмотність настільки ж модною, наскільки поступово стає модним здоровий спосіб життя.

Ще один напрямок подолання негативних наслідків сприйняття вразливого контенту полягає у впровадженні різноманітних заходів, пов'язаних з підготовкою споживача до сприйняття вразливого контенту. Наприклад журналісти, як активні учасники медійного процесу, могли б орієнтувати споживачів контенту, як поводити себе при сприйнятті вразливого. Вони мають доводити до спільноти той факт, що під час війни значно збільшується кількість негативної інформації у інформаційному полі, зазначена інформація може з'являтися у інформаційному полі як завдяки українцям, що описують реалії війни, так і у зв'язку з діяльністю російських «ботів», (для таких дій в росії створено велика кількість так званих «ботоферм», метою яких є розповсюдження недостовірної інформації, приниження українців, блокування дописів українців про реальну картину війни тощо).

Ці всі заходи покликані, у тому числі, посилити медійну грамотність українців, а наявність подібних матеріалів може створити умови для підготовки споживачів до читання вразливих новин, зорієнтуватися у потоці інформації й запобігти негативним наслідкам.

Не можна сказати про те, що самі журналісти мають обережно ставитись до матеріалів, що вони готують самі й урахувати, що вразливий контент може нанести шкоду не тільки його споживачам, але й безпосереднім учасникам подій, які вони описують у своїх матеріалу. Треба усвідомлювати те, що споживачі контенту є живими людьми, в них є свої почуття й гонитва за сенсаційними матеріалами й нехтування психологічними властивостями людей може нанести суттєву шкоду споживачам контенту, який журналісти генерують у якості власного продукту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Azh (АЖ). – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://www.azh.com.ua>.
2. Bertin J. S. G. Les diagrammes, les réseaux, les cartes. With Marc Barbut [et al.] / Bertin Jacques Sémiologie Graphique. — Paris : Gauthier-Villars. 1967. (Translation 1983. Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps by William J. Berg.)
3. C. Tong, L. Langwell, J. Kim, J. Antony Visual Journalism a Guide for NewMedia Professionals / LesterPaul Martin, HarrisChristopher R. 2002.5.
4. Classifying sensitive content in online advertisements with deep learning [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://link.springer.com/article/10.1007/s41060-020-00212-6>.
5. Danah Boyd. Media Manipulation, Strategic Amplification, and Responsible Journalism. Sep 14, 2018. Points. URL: <https://points.datasociety.net/mediamanipulation-strategicamplification-and-responsible-journalism-95f4d611f462>
6. Data journalism Handbook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/47509/9789048542079.pdf>.
7. Human Perceptions of Sensitive Content in Photos [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://openaccess.thecvf.com/content\\_cvpr\\_2018\\_workshops/w32/html/Li\\_Human\\_Perceptions\\_of\\_CVPR\\_2018\\_paper.html](https://openaccess.thecvf.com/content_cvpr_2018_workshops/w32/html/Li_Human_Perceptions_of_CVPR_2018_paper.html).
8. Lester P. M. Visual Journalism a Guide for NewMedia Professionals / LesterPaul Martin, HarrisChristopher R. —2002.5.
9. Lima M. Visual Complexity: Mapping Patterns of Information / M. Lima. — NY : Princeton Architectural Press, 2011. — 272 p
10. McLuhan M. Understanding Media: the extensions of Man. New York: McGraw Hill. 1964 p

11. Muller M. G. Basic of Visual Communication. Approaches and Methods for Analysis / Marion G. Muller. — Konstanz, 2003. 4.
12. Where Social Media is Suppressed [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/chart/23804/countries-blocking-social-media>.
13. Інформаційно-аналітичні системи [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>- Загл. з екрану.
14. Антонюк А. С. Характеристики якісного веб-сайту / А. С. Антонюк, Н. Р. Пасічник // Сучасні комп'ютерні інформаційні технології : матеріали V Всеукраїнської школи-семінару молодих вчених і студентів (Тернопіль, 22–23 травня 2015 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2015. — С. 81–82.
15. Арнхейм Р. Мистецтво та візуальне сприйняття/ Р. Арнхейм; [Пер. з англ. В. Н. Самохіна; заг. ред. та вступ. ст. В. П. Шестакова]. - М.: Вид-во «Прогрес», 1974. - 392 с
16. Басовська А. «ПОНЯТТЯ КОНТЕНТУ ТА ЙОГО КРИТЕРІЇ ЯКОСТІ» під керів. Звягінцева О. Б., д. екон.х наук, в.о. проф. URL: <https://mku.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Zbirnyk-tez-2019-2020.-Internet-zhurnalistyka.pdf>
17. Богущкий Ю. Комунікативна дія та адаптація людини до умов соціокультурного середовища як проблема нової культурної реальності. // Культурологічна думка: щорічник наук. праць. — К.: Інститут культурології Національної академії мистецтв України, 2015. — № 8. — 192 с
18. В Україні думають над регулюванням Telegram: де ще держава контролює соцмережі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zaborona.com/v-ukrayini-dumayut-nad-regulyuvannyam-telegram-de-shhe-derzhava-kontrolyuye-soczmerezhi/>.
19. Вакуліч Т. М. Інтернет-залежність як новий вид адитивної поведінки / Т. М. Вакуліч // [науковий часопис НПУ ім. М. Драгоманова]. Серія №12.

- Психологія / За ред. Долинської Л. В. – К. : НПУ імені М.П. Драгоманова, 2005.– Вип.7(31) – С. 22
- 20.Вахула Б. Я. Соціальні медіа як механізм протестної мобілізації в сучасному українському суспільстві. / Б. Я. Вахула. // Український соціум. – 2015. – №1. – С. 34–43.
- 21.Веретенко Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі / Т. Г. Веретенко [Електронний ресурс] // Веретенко Т. Г. Детермінанти формування безпечної діяльності молоді в Інтернет-мережі. – Режим доступу: <http://elibrary.kubg.edu.ua>. Заголовок з екрану.
- 22.Види та методи аналізу медіаконтенту [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/informacionnyj-mediakontent-v-internetesovremennaja-specifika-i-kljuchevye.html>
- 23.Глуценко С. Д. Соціально-психологічні особливості Інтернетаддиктивної поведінки особистості / С. Д. Глуценко // Молодь: освіта, наука, духовність: тези доповідей. – Частина I. – К.: Університет «Україна», 2008. – 547 с.
- 24.Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу? / Р. Гнатюк [Електронний ресурс] // Гнатюк Р. Соціальні мережі: співвідношення позитиву і негативу? – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/family/socialni-merezhispivvidnoshennyapozitivu-i-negativu.html>.
- 25.Гончарук В. Д. Безпека дітей в Інтернеті: попередження, освіта, взаємодія / В. Д. Гончарук [Електронний ресурс] // Гончарук В. Д. Безпека дітей в Інтернеті: попередження, освіта, взаємодія. – Режим доступу: <http://konf.koippo.kr.ua>.
- 26.Гулевич Ю. Подієва комунікація: особливості використання соціальних мереж [Електронний ресурс] / Юлія Гулевич // Arena CS. – 2020. – Режим доступу: <https://arenacs.ua/ua/base/bum-onlajnmeropriyatij/>.

27. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. А. Данько // Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки. – 2012. – С. 179-184.
28. Дебрэ Р. Введение в медиологию [пер. с фр.]. Праксис, 2010
29. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора / Л. Дмитрів // Вісн. Книжк. палати. 2014. № 9. С. 10–12.
30. Жернакова О. Інформаційно-аналітичні системи Телемультімедіа, 2012. – 324 с.
31. Журнал ШО. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://sho.kiev.ua/>.
32. Закон України Про медіа [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
33. Коридор. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://korydor.in.ua/about.15>. «ПРО STORY». – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prostory.net.ua/>.
34. Кулаковська Х. Візуальний контент інтернет-ЗМІ: термінологічні засади дослідження. Вісник книжкової палати. 2012. № 6. С. 26–28.
35. Лири Т., Стюарт М. [и др.]. Технології зміни пізнання в деструктивних групах / пер. з англ. ; під ред. И. Митрофановой. – СПб. : Екслібрис, 2002. – 223 с. ; 21 с
36. Литовченко І. В. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі / І. В. Литовченко [посібник для батьків]. – К: Видавництво ТОВ «Видавничий будинок «Аванпост-Прим», 2010. – 48 с.
37. Лібанова Е.М. Молодь та молодіжна політика в Україні: соціально-демографічні аспекти / За ред. Е.М.Лібанової. К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2010. 248 с.
38. Медіа-контент [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://mp3fun.ru/news/300-media-kontent>
39. Мистецький журнал «Артанія». – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://www.artanija.com/>.
40. Михайлин І.Л. - Історія української журналістики 19ст., Київ: 2003. с.462

- 41.Монич Л.М. Особливості жанрового контенту сучасних літературно-художніх журналів України / Л.М. Монич // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – № 1027. – 2016. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : [http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e\\_books/visnyk\\_1027/content/monych.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1027/content/monych.pdf)
- 42.Наумова М. Ю. Культурні порядки сучасних медіа. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. Зб. наук. праць. Вип. 15. — К.:Логос, 2012, с. 13–24.
- 43.Наумова М. Ю. Якість та достовірність медіаконтенту як чинники перетікання аудиторії телебачення до Інтернет-ресурсів. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IX (46), I.: 254, 2021 Jun. С. 65–70. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/09/Quality-and-reliability-of-content-as-factors-in-the-flow-of-television-audience-to-Internet-resources-M.-Naumova.pdf>
- 44.Нора П. Теперішнє, нація, пам'ять /пер. з франц. А. Репи. — К.: ТОВ «Видавництво «Кліо», 2014. — 272 с.
- 45.Ноэль-Нойман, Э. (1996). Общественное мнение. Открытие спирали молчания
- 46.Пилипенко А. Контент літературного журналу: принципи моделювання / А. Пилипенко// Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 2. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vkp/2012\\_2/st](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2012_2/st).
- 47.Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Борис Володимирович Потятиник. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
- 48.Проценко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід / Д. Проценко, Д. Тупчієнко. – Київ, 2012. – Режим доступу : [https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2017/03/Brochure\\_ReviewOfRegulatoryApproaches.pdf](https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2017/03/Brochure_ReviewOfRegulatoryApproaches.pdf).

49. Сайт Державної служби статистики України. – [Електрон.ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>. 11. ARTUKRAINE. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://artukraine.com.ua/>.
50. Федорчук А. Особливості створення інформаційних ресурсів на основі традиційних та електронних ЗМІ / А. Федорчук // Бібліотеч. вісн. — 2009. — № 4. С. 21–25.
51. Фіялка С.Б. Тематико-типологічна структура сучасних мистецтвознавчих журнальних видань / С.Б. Фіялка // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 50. – С. 110-118. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\\_2013\\_50\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_50_24).
52. Хабермас Юрген. КОМУНІКАТИВНА ДІЯ І ДИСКУРС//Першоджерела комунікативної філософії. - К.: Либідь,-1996 - С.84-91 [https://shron1.chtyvo.org.ua/Habermas\\_Jurgen/Komunikatyvna\\_dia\\_i\\_dyskurs.pdf?](https://shron1.chtyvo.org.ua/Habermas_Jurgen/Komunikatyvna_dia_i_dyskurs.pdf)
53. Халимон К. Поняття «контент» та форми його подання в журнальних виданнях / К. Халимон // Наукові записки Інституту журналістики. – 2011. – Т. 45. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/nzizh/2011\\_45/khalymo.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2011_45/khalymo.pdf).
54. Чала Марія. Риси нових медіа — децентралізація; висока пропускна здатність; інтерактивність; гнучкість форм, змісту, використання [Електронний ресурс] / Марія Чала. — Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5857890/>
55. Як створювати чутливий контент під час війни: «сповідь» журналісток [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://rayon.in.ua/topics/560372-yak-stvoryuvati-chutliviy-kontent-pid-chas-viyuni-spovid-zhurnalistok>.

## Додаток 1. Результати інтерв'ювання респондентів

### Інтерв'ю на тему "Вплив вразливого контенту на молодь"

#### Респондент 1

Аліна, 22 роки, адміністратор салону краси в Києві, з початку повномасштабного вторгнення знаходилась і досі знаходиться в Києві, є активним користувачем соціальних мереж, зокрема Telegram. Новини Аліна дивиться декілька разів на добу. У ході інтерв'ю було виявлено кілька ключових моментів. Перш за все, Аліна підтвердила, що вона часто зустрічає відео та фото, що містять вразливий контент у Telegram, новини вона дізнається також з цієї соціальної мережі. Вона розповіла, що дуже часто матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами викликають у неї негативні емоції та стрес. Найбільш усього, на Аліну впливає контент, що містить вбивства мирного населення, фотографії вбитих цивільних людей та фотографії місць після обстрілів, таких як дім у Дніпрі, в котрий попала ракета. З цього випливає, що вплив війни на молодь через медіа може бути дуже серйозним. Аліна також розповіла, що звертає увагу на те, як її друзі та знайомі реагують на вразливий контент. Вона зазначила, що деякі з них можуть ставитися до цього байдуже, а деякі можуть дуже негативно реагувати та переживати. Це свідчить про те, що вплив війни через медіа може бути дуже індивідуальним та залежить від багатьох факторів.

#### Респондент 2

Юлія, 29 років, безробітна, новини дивиться раз на добу, з початку повномасштабного вторгнення була в Ужгороді, зараз повернулась додому в Київ. Юлія зазначила, що дуже болісно реагувала на військовий контент перші півроку з 24 лютого, але зараз вже звикла, бо новини про смерті з'являються кожен день. Також, Юлія розповіла, що контент, де над українськими захисниками знуцаються викликає в неї тривогу, сльози, злість та ненависть.

Цей контент дуже відображається на її поведінці, вона стає дуже емоційною. Щоб впоратися із впливом вразливого контенту Юля зменшує час на перегляд стрічки новин, якщо на початку повномасштабного вторгнення вона сиділа 24/7 моніторила новини, то зараз це робить один раз на день.

### Респондент 3

Денис, 33 роки, військовий, новини читає в основному через новинні сайти, один з яких “Українська правда”. Денис підтвердив, що бачив багато вразливого контенту війни, включаючи насильство, травми та смерть, як перебуваючи на передовій, так і у соціальних мережах. Він розповів, що такий контент може дуже впливати на психіку та емоційний стан військових, зокрема на тих, хто знаходиться не на передовій. Він зазначив, що звернення до професійних джерел інформації про війну може бути корисним, адже це може допомогти відокремити правдиву інформацію від фейкової. Він також наголосив на важливості того, щоб не піддаватися на підступи пропаганди війни, які можуть бути поширені через соціальні мережі. Також, Денис зазначив, що отримувати допомогу від друзів та родичів дуже важливо і сказав, що він сам звертався до психолога для допомоги в переживанні своїх емоцій та переживань після повернення з передової зони.

### Респондент 4

Євгенія, 24 роки, спортсменка. Ми обговорили вплив вразливого контенту на її життя під час війни, увагу зосередили на джерелах новин, з яких вона дізнається про події, і впливі такого контенту на її психологічне здоров'я. Євгенія зазначила, що її батько військовий й вона переглядає новини з телеграм-каналів, інтернет сайтів, радіо та іноді включає телевізор. Це говорить про те, що вона отримує інформацію з різних джерел. Вона також зазначила, що вразливий контент більш поширений у телеграм-каналах, які вона відвідує, це - Країна Україна, Інформатор Україна, Реальний Київ, Новини Україна, Віталій Кім/Миколаївська область. Вона також зазначила, що

зустрічається з вразливим контентом майже щоденно, включаючи насильство, смерть, вбивства та сексуальний контент. Вона натрапляє на такий контент, переглядаючи Телеграм-канали та Інстаграм. Євгенія відчуває негативні емоції, такі як страх, тривогу, паніку та злість, після перегляду такого контенту та підтверджує, що вразливий контент впливає на її психологічне здоров'я негативно і може спричинити депресію, тривожність та відчуття спустошення, страх після перегляду вразливого контенту. Також вона каже, що зменшення перегляду новин та перемикання уваги на щось інше - допомагає їй впоратись з наслідками вразливого контенту. Також зазначила, що отримує підтримку від сім'ї, друзів та психолога у подоланні наслідків війни.

Респондентка у своїх відповідях підтвердила, що вразливий контент має значний вплив на його психологічне становище та нервову систему. Вона відчуває негативні емоції, такі як страх, тривога, паніка і злість. Вразливий контент також впливає на її психологічну поведінку та стійкість, спричиняючи депресію і тривожність.

#### Респондент 5

Аліна 23 роки, броумайстер. Вона дізнається новини з платформ, таких як Телеграм і Інстаграм. Аліна вважає, що контент на платформі Телеграм є найбільш вразливим для читачів, бо в ньому немає цензури, вона також вказує, що переглядає новини або інший медіа-контент, що містить вразливий контент, стабільно раз-два рази на день. Аліна стверджує, що стикається, зокрема з контентом в якому показують насильство, смерть, вбивства або сексуальним контентом, прогортаючи стрічку новин. Її реакція на такий контент включає тривожність, біль і смуток. Аліна відчуває, що вразливий контент впливає на її психологічне здоров'я, призводячи до депресії і тривожності, через що зараз приймає заспокійливі, які допомагають їй бути в курсі новин та менше відчувати тиск на психологічне здоров'я.

#### Респондент 6

Марія, 34 роки. Марія стикається з вразливим контентом щодня, так як, переглядає новини кілька разів на день через переживання щодо ситуації на прифронтових територіях та повітряних тривог, вона зазначає, що контент у соціальних мережах, особливо той, що постять без цензури, є особливо вразливим для неї та молоді в цілому. Респондентка зазначає, що контент, який зображає катування українських військових дуже впливає на її психологічний стан і викликає біль та болісні емоції. Респондентка також розповіла про свої досвіди депресії, які виникали під час повномасштабного вторгнення.

- «Депресія була на початку повномасштабного вторгнення, бо я була далеко, а біля мого будинку розстрілювали людей, також депресія була, коли було розмінування лісу біля мого будинку та там знайшли трупи сіми дівчат віком від 18 до 23 років, яких вбили та закопали», - Марія.

Марія зазначає, що після перегляду новин має певні проблеми зі сном, але знаходить допомогу від прийому мелатоніну. Марія обговорює свої проблеми з близькими і це є одним із способів подолання вразливого контенту. Загальний висновок інтерв'ю полягає в тому, що вразливий контент, пов'язаний з війною, має значний вплив на емоційний стан, здоров'я та загальне самопочуття людини.

#### Респондент 7

Павло, 26 років. Павло розповів, що часто переглядає вразливий контент, особливо через соціальну мережу Телеграм, де він знаходить матеріали без цензури. Він наголошує, що це допомагає йому бути в центрі подій та розуміти, що відбувається. Проте, він також визнає, що цей контент викликає негативні почуття, такі як лють, ненависть і співчуття до жертв війни. Павло стверджує, що перегляд контенту, який зараз є - впливає на його психіку і тисне на нього, особливо через страх невизначеності та загрози для себе і близьких, також зазначає, що з часом стає більш холоднокривим та беземоційним, але відчуває глибоку лють і співчуття до тих, хто страждає від

війни. Щодо стратегій подолання з вразливим контентом, Павло зазначає, що час від часу він припиняє читати новини, щоб уникнути негативного впливу. Він також підкреслює важливість обговорення своїх проблем з рідними та близькими людьми та звернення до психотерапевтів для отримання підтримки та розуміння. Він усвідомлює потребу знаходити способи подолання цього впливу, включаючи підтримку від рідних та спеціалістів.

#### Респондент 8

Максим, 28 років, військовослужбовець. Максим зустрічає багато контенту, що містить насильство, жорстокість та вбивства, але він це бачить не тільки в соціальних мережах, а й в житті. Він стверджує, що все, що зараз є в інтернеті в певній мірі впливає на нього. Максим називає Телеграм-канали та Facebook основними джерелами такого контенту, зокрема виділяючи Телеграм. Він переглядає цей контент щоденно, оскільки в країні повномасштабна війна. Максим зазначив, що постійно стикається зі згаданим контентом і сприймає його спокійно, проте, він відчуває сум через те, що діється навколо нього. Він стверджує, що не приймає вразливий контент близько до серця, але намагається допомагати тим, кому погано, захищаючи нашу державу. У його відповідях з інтерв'ю відображається стійке ставлення до контенту, що містить жорстокість, однак він акцентує на тому, що важливо пам'ятати про тих, хто потребує допомоги.

#### Респондент 9

Ірина, 27 років, майстер манікюру. Ірина читає новини з платформи Телеграм, але вважає, що контент на TikTok є більш вразливим для неї. Вона періодично переглядає медіа-матеріали, що містять насильницький контент та контент, що викликає в неї сум та скорботу, хоча випадково стикається з ним. Вона відчуває, що такі дописи сильно впливають на її психологічне здоров'я, враховуючи, що ми живемо у 21-му столітті і все ще переживаємо такі події, як війна. Ірина також зазначила, що їй була властива тривожність через

перегляд вразливого контенту, і що після перегляду стрічки новин вона могла мати проблеми зі сном. Вона також зазначила, що намагається переключитися на щось інше, таке як спорт, саморозвиток або робота, щоб впоратися з вразливим контентом, вважаючи ці методи ефективними. Також Ірина наголошує на важливості довіри до сім'ї, віри в найкраще та в наших захисників.

#### Респондент 10

Катерина, 24 роки. Катерина підкреслила, що не є вразливою людиною, але деякий контент все ж може тяжко «перетравлюватися» і залишатися в її підсвідомості, вона також зазначила, що спокійно реагує на більшість контенту, який наразі є в соціальних мережах але дуже важкий контент може викликати істерики, сльози або негативні емоції. Контент, наповнений кров'ю, вбивствами викликає в неї емоційні реакції, такі як злість, апатія, агресія і бажання позбавитись "русні":

- «Відео, фото, де вбивають військових, де їх катують, де орки показують фото вбитих. Як ракети дрони, та інший кацапський металобрухт потрапляє в будинки, або просто вбивають людей» - Катерина.

Катерина підкреслює важливість виявлення суму за невинними людьми, які постраждали від війни. Катерина справляється з емоціями допомагаючи ЗСУ, волонтерить та відправляє гроші на потреби Сил Оборони України.

Всі проведені інтерв'ю підтверджують, що вплив вразливого контенту війни на молодь через медіа може бути дуже серйозним, особливо для тих, хто на собі особисто відчув, що таке війна.

#### Респондент 11.

Одинадцятий респондент - Андрій, військовий. Респондент визначає вразливий контент як той, що залишає його з неприємними почуттями і негативними враженнями. Основним джерелом отримання новин для нього є

власні очі та Telegram, де він знаходить багато нецензурного контенту. Він зазначає, що після зустрічі з вразливим контентом, зокрема сценами насильства та страждання, відчуває лють і ненависть. Хоча він не відчуває фізичних наслідків, його емоційний стан змінюється, і він демонструє глибоку занепокоєність і співчуття до тих, хто страждає. Для того, щоб впоратися з вразливим контентом, респондент вживає кілька підходів. Він періодично відмовляється від перегляду новин, щоб уникнути негативних вражень. Крім того, він намагається абстрагуватися від впливу вразливого контенту, шукаючи способи зосередження на позитивних аспектах життя. Також, респондент отримує підтримку від спілкування з рідними, що допомагає йому впоратися з емоційними наслідками.

## Додаток 2. Результати анкетування респондентів

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалі війни)?	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
17-25		Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Іноді дискомфортом стає	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Майже не впливає	Нічого	Не знаю	Так	Війна	Ні	
17-25		Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Гнів, обурення	Так	Ні	Фотографії гражданских мест, где прошли боевые действия	Ні	Почти всё, что связано с войной
31-40		Новинні сайти	Новинні сайти	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Страх, тривогу	Не знаю	Так	Телевидение	Так	Про війну
41+		Новинні сайти	Новинні сайти	Декілька разів на добу	Я дивлюся і все більше зневажаю кацапів москвитів	Вразливий контакт це коли брехня про події	Майже не впливає	Гнів, обурення	Ні	Ні	Брехня	Ні	Не впливають
31-40	Ж	Соціальні мережі	Телевізор	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дуже впливає	Сум, жалість	Не знаю	Ні	війна	Ні	фото смерті , я боюсь
31-40	Ж	Соціальні мережі	Телевізор	Один раз на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Інформацію, яка може спричинити негативні емоції або викликати тривогу, депресію	Дещо впливає	Сум, жалість	Не знаю	Так	Контент з війною	Ні	

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображає ся на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
31-40	Ч	Новинні сайти	Особисте спілкування та аналіз подій	Не маю чіткого розпорядка	Залежить від різних факторів	Всі вищезазначені варіанти	Не впливає зовсім	Залежить від багатьох аспектів	Ні	Ні	Різдвяні знижки, але не маю вільних коштів, наприклад	Ні	Аналізую почуте, побачене
18-20	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Раз на тиждень	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Дещо впливає	Сум, жалість	Так	Так	Реалії війни	Так	Фотографії, відео вбитих мирних людей, зруйнованих будинків, закатованих людей, звуки вибухів та пожежами на відео - все це викликає у мене декілька емоцій: жаль, сум, гнів та жага помсти...
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Один раз на добу	Я дивлюся і не відчуваю негативних емоцій	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Майже не впливає	Гнів, обурення	Ні	Ні	.	Ні	
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Раз на тиждень	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Дуже впливає	Сум, жалість	Так	Так	контент, який стосується воєнної тематики	Так	Жалість, душевний неспокій, біль, страх

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Дещо впливає	Сум, жалість	Ні	Ні	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Ні	
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Раз на місяць	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Страх, тривогу	Так	Так	Трупи	Так	
21-35	Ж	Соціальні мережі	Новинні сайти	Декілька разів на добу	Я дивлюся і не відчуваю негативних емоцій	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Гнів, обурення	Не знаю	Ні	Голосні заголовки, що не відповідають дійсності а лише ловлять хайп	Ні	Умови життя наших хлопців і дівчат на передовій; коли світовій спільноті абсолютно похую на нас і ніхто не хоче нічого робити, а бути хорошими і там і там...
21-35	Ч	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Не дивлюсь	Дивлюсь, і розумію що орки це не люди і навіть слово " тварини " для них не підходить .. Бо не повага до тварин . Це зомбі	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Не впливає зовсім	Перший и третій варіант образу ..	Ні	Ні	Та ніякий, не впливає. Побажається дивитись ,як ЗСУ років нищить :)	Ні	Новини які були показані після деокупації міст України шокують .. що робили з любими і як поводитись с тваринами , це дуже обурює и ще більше ненависті до орків !!! Після всього побаченого ні якої жалості и співчуття до них не може бути и не буде ніколи !!!
18-20	Ч	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Один раз на добу	Якщо це орки, то нічого	Всі вищезазначені варіанти	Майже не впливає	Гнів, обурення	Ні	Ні	Новини	Ні	

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнає-тесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляє-тесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображає-ся на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
21-35	Ч	Соціальні мережі	Телевізор	Один раз на добу	Я дивлюся і не відчуваю негативних емоцій	Всі вищезазначені варіанти	Дуже впливає	Сум, жалість	Не знаю	Ні	Відео військового характеру	Ні	
21-35	Ж	Сукупність попередніх пунктів, окрім телевізора	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Дещо впливає	Все залежить від контексту, часто виникає біль за людей і гнів на видних суб'єктів	Так	Так	Фото чи відео на яких зафіксовані злочини проти українського народу	Залежно від контексту	Поводження з нашими військовополоненими, контент щодо дітей та вагітних, почуваюся розбито та часто бере злість на себе, що я нічого не можу змінити
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Майже не впливає	Сум, жалість	Ні	Ні	-	Ні	-
18-20	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Кілька разів на тиждень	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Сум, жалість	Ні	Так	Вбивства, несправедливість	Ні	
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Різні емоції, які залежать від самого контенту	Не знаю	Ні	Знуцання над нашими захисниками	Ні	Контент, де над українськими захисниками знущаються викликає в мене тривогу/сльози/злість/ненависть
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Раз на тиждень	Дивлюся, відчуваю деякий дискомфорт, але не надто	Матеріали, що можуть нашкодити емоційному стану дітей, вразливого мозку	Майже не впливає	Сум, жалість	Ні	Ні	Нутроші, відкриті рани. А особливо- все що пов'язано з дітьми	Ні	Мені сумно що подібна жорстокість існує в нашому світі, відбувається з людьми, особливо з дітьми

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
21-35	Ч	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Інформацію, яка може спричинити негативні емоції або викликати тривогу, депресію	Не впливає зовсім	Сум, жалість	Не знаю	Ні	Издательств о над животными	Ні	Издательство над животными
18-20	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Сум, жалість	Так	Так	Контент про війну, насильство, трупи	Так	Новини пов'язані з насильством, вбивствами, кров'ю, війною. Вони викликають в мені почуття суму, страху, тривожності.
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Один раз на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Дещо впливає	Страх, тривогу	Так	Так	Война и насилие	Так	Трупы, раны
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Раз на тиждень	Я дивлюся і не відчуваю негативних емоцій	Всі вищезазначені варіанти	Дуже впливає	Сум, жалість	Так	Так	Геноцид в Україні, війна в інших країнах, утиснення меншин, вбивство планети, знищення культури, катастрофи та катаклізми	Так	Відчуваю себе депресивно, треба знаходити час на відпочинок після таких новин, сили на відновлення, майже всі новини наразі сумні

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)?	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Раз на тиждень	-	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Дещо впливає	Біль	Так	Ні	Смерть українців	Так	Вбивства мирного населення і всіх українців
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Коли на трупи орків, то норм	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Коли трупи орків, то захоплення 😊	Ні	Так	Трупи орків 😊	Ні	Трупи орків добре впливають 😊
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Інформацію, яка може спричинити негативні емоції або викликати тривогу, депресію	Дещо впливає	Все разом	Так	Так	Смерть	Так	
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дуже впливає	Страх, тривогу	Так	Так	Контент з війни	Так	Новини та фотографії з війни, насильство над солдатами
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Не дивлюсь	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дуже впливає	Гнів, обурення	Ні	Ні	Жорстокість	Ні	Про жорстоке поводження з тваринами, відчуваю злість
21-35	Ч	Новинні сайти	Соціальні мережі	Раз на тиждень	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Гнів, обурення	Так	Ні	War	Ні	Війна. Ненависть

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)?	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображається на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
21-35	Ж	Соціальні мережі	Телевізор	Деякі рази на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Інформацію, яка може спричинити негативні емоції або викликати тривогу, депресію	Майже не впливає	Сум, жалість	Так	Ні	фото з ранами	Ні	
21-35	Ж	Соціальні мережі	Телевізор	Один раз на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Майже не впливає	Страх, тривогу	Так	Так	Жорстокі вбивства.	Ні	Іноді тривожно, іноді жага помсти (до русі)
18-20	Ж	Соціальні мережі	Телевізор	Один раз на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дуже впливає	Страх, тривогу	Так	Ні	Кров, смерть, зруйновані домішки...	Так	Дуже погано, настає емоційне вигорання. Розумію, що на місці тих чи інших людей могла бути і я
0-17	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Деякі рази на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Майже не впливає	Страх, тривогу	Ні	Ні	.	Ні	.
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Один раз на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Деяко впливає	Гнів, обурення	Ні	Так	Насильство, вбивство	Ні	-

## Продовження

Скільки вам років?	Ваша стать Ч/Ж:	Де ви дізнаєтесь новини?	Де контент для вас є більш вразливим?	Як часто ви переглядаєте новини або інші медіа-матеріали, що містять вразливий контент?	Як ви реагуєте на відео, фото, статті, які містять вразливий контент (наприклад, фотографії вбитих, кров, реалії війни)	Як ви трактуєте термін "вразливий контент"?	Чи відчуваєте ви, що вразливий контент у медіа впливає на ваше психологічне здоров'я?	Яку емоційну реакцію ви відчуваєте коли передивляєтесь вразливий контент?	Чи була у вас депресія чи тривожність, через перегляд вразливого контенту?	Чи було у вас таке, що після перегляду стрічки новин, ви не могли заснути, чи їсти?	Який контент у медіа на вас впливає найбільше?	Чи вразливий контент відображає ся на вашій психологічній поведінці та стійкості?	Розкажіть, які вразливі новини, фотографії, відео та ін. на вас впливають, як ви себе відчуваєте після їх перегляду?
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Декілька разів на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Матеріали, які містять емоційні або насильницькі сцени, сцени з вбивством, кров'ю та трупами	Майже не впливає	Гнів, обурення	Ні	Ні	Відео, фото з пораненими, ампутованими кінцівками і тд	Ні	Відчуваю гнів за свій народ, думаю про тих людей, але не застріваю у цьому стані бо це не продуктивно
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Один раз на добу	Я ігнорую цей контент	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Сум, жалість	Не знаю	Так	-	Ні	-
21-35	Ж	Соціальні мережі	Соціальні мережі	Один раз на добу	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Всі вищезазначені варіанти	Дещо впливає	Все відразу	Так	Так	Відео вбитих	Так	
0-17	Ж	Соціальні мережі	Телевізор	Раз на тиждень	Я дивлюся, але відчуваю дискомфорт	Інформацію, яка може спричинити негативні емоції або викликати тривогу, депресію	Дуже впливає	Страх, тривогу	Так	Так	новини	Так	

