

**ВПЛИВ МЕДІА НА МАСОВЕ СПРИЙНЯТТЯ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ
СТАН ГРОМАДЯН**

Всеволод ЗЕЛЕНІН, кандидат психологічних наук, доцент,
професор кафедри психології

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

E-mail: zeleninlab@gmail.com

Леся ЧОПИК, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри психології

Комунальний заклад вищої освіти «Вінницька академія безперервної освіти»

E-mail: chopyk-lesya@ukr.net

Світлана ДОСКАЧ, кандидат психологічних наук, доцент,
викладач кафедри психології

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

E-mail: s.doskach@chny.edu.ua

Анотація. В наш час стрімкий розвиток технологій сприяв швидкому поширенню використання соціальних мереж серед громадян різних країн. Це докорінно змінило те, як люди взаємодіють і спілкуються між собою, як отримують інформацію. Водночас довіра людей до різних медіа та їх використання може вплинути на їхній емоційний та психологічний стан. Мета дослідження – провести оцінку впливу медіа на масове сприйняття та психологічний стан громадян. Враховуючи величезний вплив, який медіа мають на суспільство, вкрай важливо зрозуміти психосоціальні механізми, за допомогою яких символічна комунікація впливає на людське мислення, сприйняття та поведінку. Визначено, що традиційні медіа (інтернет-ресурси, соціальні мережі, телебачення, газети, журнали тощо) стали важливим каналом для отримання інформації. Результати демонструють вплив контенту новин на настрої та думки національної аудиторії. Саме тому сучасне суспільство черпає всі нові тенденції, моду та примхи із медіа. Встановлено, що медіа суттєво впливають на поведінку людей у суспільстві. Крім позитивних наслідків для бізнесу, політики та суспільства, існують і деякі негативні, такі як кібербулінг, проблеми з приватним життям та фейкові новини. Засоби масової інформації (ЗМІ) використовуються для соціального втручання, щоб поширювати інформацію та змінювати соціальну поведінку. Це просоціальний ефект медіа. Існує чіткий зв'язок між переглядом насильницьких відео в ЗМІ та тенденцією до зростання насильства, агресії серед друзів, рідних та інших людей. Люди, які багато дивляться телевізор, схильні переоцінювати кількість насильства та злочинів, що відбуваються у світі. Отже, встановлено, що, медіа мають дуже великий вплив на зміну поточної та соціально-психологічної частини суспільства. В свою чергу, ця зміна спричиняє рух, який можна виявити і спрямувати в позитивному або негативному напрямку.

Ключові слова: психічне здоров'я, засоби масової інформації, позитивний вплив, негативний вплив.

Актуальність (Introduction). В сучасному суспільстві, епоху технологій, використовують різноманітні пристрої для надсилання та отримання інформації. Найбільш поширеними є електронні

засоби масової інформації (ЗМІ), такі як радіо, телебачення, Інтернет, соцмережи, електронна пошта, голосове повідомлення і т.д. Радіо і телебачення мають особливе значення, тому що ними можуть користуватися громадяни, які не

мають доступу до інтернету. Газети, журнали, книги, періодичні видання, журнали, рукописи і т.д. є інструментами друкованих ЗМІ, вони також надають інформацію та відомості людям. Вивіски, театр, картини, скульптури тощо – це візуальні медіа-інструменти, за допомогою яких інформація подається в розважальній формі, і тисячі людей бачать вивіски, які висять або встановлені на дорогах, і отримують з них інформацію.

Оскільки питання впливу медіа турбує науковців в сьому світі, багато робіт присвячено визначенню впливу масмедіа на психічне та психологічне благополуччя людини. Ці соціальні медіа впливають на багато секторів суспільства як позитивно, так і негативно. Їх можна використовувати для зняття тривоги і неспокою, а також для отримання знань, розваг і задоволення. За даними вчених, які проводили дослідження в цій галузі було визначено, що починаючи з другої половини 20-го століття телебачення, Інтернет, відеоігри, мобільні телефони та інші програми з насильством (військові серіали, фільми і драми, всі шоу, спрямовані проти національної культури) мають широкий вплив на аудиторію та підвищують ризик виникнення насильницької поведінки у людей. Телебачення має вплив на психічне та соціальне життя людини різного віку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications). Сучасний стан проблеми психологічного стану громадян турбує науковців різних країн. Крім того, багато досліджень присвячено визначенню чинників, які впливають на стан психічного та соціального життя кожної людини. Засоби масової інформації є одним із таких факторів і багато наукових робіт таких науковців, як F. Aslam, C. P. Barlett, A. E. Field, D. R. Garfin, P-P. Li, H. K. Mehraj, K. Nader, H. Ramkissoon, A. H. Riley, M. A. Ruben, Q. Saddiqi, J. B. Wormwood, присвячено вивченню цього питання.

Мета (Purpose). Оцінити вплив медіа на масове сприйняття та психологічний стан громадян.

Методи (Methods). Для вирішення поставленої мети роботи було проведено аналіз сучасної літератури, яка доступна у базах даних Scopus, PubMed, Google та інші. Теоретичний пошук був спрямований на аналіз, систематизацію та узагальнення даних з питання визначення сучасних засобів медіа та оцінки її впливу на сприйняття та психологічний стан громадян.

Результати (Results). Медіа є одним із основних засобів комунікації між та серед широкої громадськості. Почуття і думки передаються від однієї людини до іншої за допомогою комунікації. Вони передають свої ідеї, емоції та враження іншим, а інші їх розуміють. Одними з найпопулярніших засобів масової комунікації є газети, радіо, телебачення, інтернет та журнали. Шляхом формування громадської думки, вироблення певних установок, вони спонукають людину до тих чи інших вчинків. Тому ЗМІ не лише виконують інформативну функцію (хоча вона має бути основною), але пропагують ідеї, погляди, вчення, політичні програми та беруть, таким чином, участь у соціальному управлінні [13].

У літературі, присвяченій використанню слухачами медіа та їхнім емоційним реакціям, дійшли висновку з точки зору медіазалежності, що використання слухачами різних медіа може викликати та змінити їхні емоційні реакції на проблеми. Garfin та інш. підтвердили, що тип і частота використання медіа впливає на психоемоційні та фізичні реакції людей як дорослих, так і дітей [4].

На суспільне сприйняття ризику значною мірою впливає висвітлення в засобах масової інформації, як через традиційні ЗМІ, так і в соціальних мережах онлайн або міжособистісне спілкування. Стикаючись із ризиком захворювання, яке загрожує життю, громадськість покладається на засоби масової ін-

формації, щоб отримати точну та актуальну інформацію про ризики, щоб приймати обґрунтовані рішення щодо поведінки, що захищає здоров'я. Під час кризи ризику з високою невизначеністю громадськість посилює свою залежність від ЗМІ і, як правило, отримує поради щодо оцінки ризиків і реагування на ризики від засобів масової інформації, які вони вважають надійними. Уявлення про ризик епідемії в соціальних мережах і на телебаченні можуть викликати страх. Крім того, було доведено, що страх є сильнішим серед людей, котрі часто користуються онлайн-соціальними мережами для доступу до інформації про ризики [1, 4, 5, 8].

Теорія залежності від медіасистеми припускає, що невизначені та неоднозначні події або проблеми в суспільстві змушують людей більше покладатися на ЗМІ при їх вирішенні. Також показано, що коли виникає серйозна криза ризику (загрози), залежність від ЗМІ зростає, і люди більш схильні шукати відповідну інформацію з них, ніж з міжособистісних джерел [5]. Було підтверджено, що залежність людей від медіа позитивно впливає на довіру до ЗМІ, яка, у свою чергу, може вплинути на поведінкові наміри людей та успіх пов'язаної з урядом політики. ЗМІ відіграють вирішальну роль у політичній динаміці країни. Висвітлення в ЗМІ різних соціальних і політичних питань дозволяє громадянам усвідомити свої права, різні проблеми та шляхи їх вирішення.

Якщо люди можуть отримувати своєчасну та точну інформацію від медіа, на яке вони покладаються, вони більше довірятимуть медіа та покладаються на нього. І навпаки, якщо інформація, яку надає ЗМІ, є невизначеною та неоднозначною, люди менше довірятимуть медіа та звертатимуться до інших джерел для отримання відповідної інформації [5].

Соціальні мережі наразі є однією з «найкращих можливостей» для продукту

зв'язатися з потенційними клієнтами. Місцеві веб-сайти соціальних мереж пропонують платформу для соціальної взаємодії. Ці нові медіа завойовують довіру клієнтів, розвиваючи тісніші зв'язки з ними. Інтернет-маркетинг у спільнотах став новою нормою для багатьох фірм з початку сезону. Більше, ніж будь-коли, маркетологи розглядають різноманітні варіанти соціальних мереж і починають впроваджувати нові соціальні програми. Розвивається як маркетинг інтернет-спільнот, так і компанії, які його використовують.

Освітні медіа є надзвичайно корисними для дітей. Екранна презентація навчального матеріалу, наприклад, може бути дуже успішною, якщо її використовувати як доповнення до друкованих текстів.

В наш час ЗМІ відіграють важливу роль у приверненні уваги глядачів до соціальних проблем. Медіа підвищують обізнаність людей щодо різних проблем, таких як здоров'я, а саме, пандемії, наркоманія, алкоголізм тощо. Однак, тип медіа, до якого людина потрапляє, впливає на рівень обізнаності та визначити ризики для свого здоров'я [10, 13].

В своїх дослідженнях Aslam F із співавторами використали аналіз настроїв, щоб проаналізувати заголовки кількох відомих світових ЗМІ, які повідомляли про ризик, і виявили, що хоча 52% заголовків викликають негативні емоції (наприклад, страх, смуток, гнів), 30% заголовків все ж викликають позитивні емоції (наприклад, надія та впевненість) [1]. Крім того, певні емоції можуть мати різний ступінь впливу на поведінку. Так, позитивні емоції є більш ефективними, ніж негативні, у підвищенні психологічної стійкості людей і мотивованих поведінкових реакцій на погрози [5]. Ramkissoon [8] наголошує, що сім'я та друзі чи ширша взаємодія в соціальних мережах посилюють позитивні емоції людей і допомагають людям покращити відчуття ефективності шляхом спостереження за ефективністю колективної поведінки, що, у свою чергу,

призводить до належного розпізнавання ризиків і реагування .

Численні докази показали, що ЗМІ впливають на психічне та фізичне здоров'я людей. Відповідно до здатності кожної людини до сприйняття, медіа мають різний вплив. Наприклад, якщо дехто розглядає медіа як засіб просування різних культур до для тих, хто вивчає політику, вона розглядається як важливий ресурс. Водночас, у світі бізнесу такі елементи, як розмір аудиторії, її склад, індивідуальні вподобання та вибір, розглядаються як вирішальні показники для збільшення продажів на комерційному ринку. З точки зору релігійного лідера, ЗМІ можуть розглядатися як фактори ризику для молоді, оскільки вони сприяють поширенню культури злочинності та насильства.

У сучасному світі важливо розглядати медіа з різних боків, оскільки вони впливають на життя кожного і на суспільство вцілому. Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним.

ЗМІ впливає на переконання молодих дівчат щодо ваги та форми тіла. Так, медіа рекламують ідеальну нереально худорляву фігуру, яка, у свою чергу, принаймні частково відповідає за розлади харчової поведінки. Частота читання модних журналів позитивно пов'язана з поширеністю дієти для схуднення, сидання на дієту через статтю в журналі, вправ для схуднення або покращення форми тіла та рішення займатися спортом після читання статті в журналі. Враховуючи значний ризик для здоров'я, пов'язаний із надмірною вагою, і той факт, що впродовж останніх 2 десятиліть поширеність надмірної ваги різко зросла серед дітей і підлітків, дівчатам із надмірною вагою слід прийняти форму свого тіла і не заохочувати їх худнути. Однак прагнення виглядати як моделі з недостатньою вагою може мати згубні психологічні наслідки. Результати свідчать про те, що друковані ЗМІ, орієнтовані на молодих дівчат, могли б сприяти

охороні здоров'я, утримуючись від покладання на моделі із значною недостатньою вагою та друкуючи більше статей про переваги фізичних вправ [3].

За останні десятиліття стало очевидним, що багато згубних наслідків масового насильства посилюються широким висвітленням таких інцидентів у ЗМІ. Особливу роль у поширенні насильницьких програм відіграють соціальні медіа та телебачення. Вчені довели, що в західних суспільствах по телебаченню транслюються фільми та серіали, пов'язані з сексуальними домаганнями, фізичними переслідуваннями та іншим насильством. Визначено, що біля вісімдесяти відсотків насильства над дітьми та підштовхування до нього відбувається в телевізійних серіалах, фільмах, мультфільмах та інших. Загалом, те, що ми бачимо в телевізійних серіалах, зазвичай впливає на поведінку людей. Частий та тривалий вплив насильницьких телевізійних програм пов'язаний зі стійкою схильністю до насильства у дітей і дорослих. На додаток до цього, було доведено, що корінь насильства в кожній людині росте з кожним днем, починаючи з дитинства, і з плином часу характеристики насильства стають стабільними аж до дорослого віку [11].

Незалежно від будь-якого прямого впливу, чим більший вплив ЗМІ, що висвітлюють тероризм і масове насильство, то тим стрімкіше погіршується психічне здоров'я людей, включаючи сильніші симптоми, пов'язані з травмою і сильніші реакції на гострий стрес, а також гірші результати для серцево-судинної системи. Доведено, що висвітлення масового насильства в ЗМІ передбачає погіршення симптомів психічного здоров'я [13].

Зокрема, проведені дослідження впливу медіа показали, що люди повідомляють про гостріші симптоми, пов'язані зі стресом, коли вони піддаються більшому висвітленню в ЗМІ інциденту масового насильства, особливо з більш емо-

ційно негативним тоном. Будь-який потенційний вплив нещодавнього висвітлення насильства може бути пом'якшений тим, чи це висвітлення в ЗМІ є більш негативним чи більш позитивним за афективним тоном (наприклад, чи зосереджується воно на смерті та руйнуванні, спричинених подія проти спільності, що виховується після неї). Крім того, насильство в ЗМІ робить глядача більш схильним до агресивної поведінки та може бути шкідливим для здоров'я та благополуччя глядачів [13]. Вони також стикаються з психічними та соціальними проблемами внаслідок руйнування системи соціального та психологічного порядку [2, 11]

Результати досліджень показали, що учасники відчували дуже сильний поточний дистрес, більшу фізіологічну реакцію на загрози та нижчу сприйнятливую чутливість, коли останні новини містили більше афективно негативних слів. Показано, що афективне використання слів у щоденних новинах впливає на психічне здоров'я глядачів [12, 13].

Оскільки насильство в реальному середовищі зростає, вони збільшують ризик зловживань. Небезпека насильства може мати негативні короткострокові та довгострокові наслідки. Рівень впливу насильства в медіа порівнюється з кількома іншими відомими соціальними проблемами, щоб оцінити, наскільки серйозними є ці ризики, наскільки терміново їх потрібно вирішувати і як їх викорінювати. У наші дні легко отримати доступ до програм насильства і користуватися ними, адже вони захопили наше повсякденне життя [2, 11]. Людина не може жити ізольовано, оскільки вона є соціальною. Як наслідок, її діяльність впливає не лише на неї саму, а й на суспільство в цілому [6].

Медіа мають здатність пробуджувати, викликати емоційні реакції і навіть змінювати схильність до насильства, серед інших психологічних станів. Коли йдеться про ЗМІ загалом, часто викори-

стовують слово «настрій». Люди вирішують, які медіа дивитися чи слухати, виходячи зі свого поточного емоційного стану чи настрою та очікувань щодо того, як медіа вплинуть на ці стани чи змінять їх. Глядачі хочуть бути емоційно зворушеними, і ЗМІ спрямовані саме на це. Глядачі можуть відчувати різні почуття з точки зору холостяка або учасниць, коли дивляться програму знайомств на телебаченні. Якщо герой у фільмі відчуває страх, глядач може так само відчути хвилювання і жах [2].

Дійсно, висвітлення в ЗМІ негативних подій може вплинути на психічне здоров'я та благополуччя. Більше того, перегляд тривожних медіа-матеріалів після явних чи викликаючих у пам'яті негативних подій, у тому числі випадків масового насильства, криз у сфері охорони здоров'я та природних катаклізмів, був пов'язаний із посиленням симптомів посттравматичного стресу, психологічний дистрес, функціональних порушень, підвищення частоти психічних і фізичних захворювань і більшою вираженістю симптомів депресії [12].

Розважальні медіа можуть ефективно змінювати наші переконання та поведінку. Є певні докази того, що переконання глядачів щодо певних соціальних груп або соціальних проблем можуть бути змінені, якщо подавати вигадані оповіді на телебаченні чи в масовій культурі, особливо коли художня література є основним, а іноді й єдиним джерелом інформації, яка доступна для нас щодо певних питань. Наприклад, для багатьох американців телебачення є основним джерелом вторинної інформації про охорону здоров'я та хвороби [7]. Розваги можуть перенести та переконати глядачів, представляючи їм персонажів, з якими вони можуть ідентифікувати себе [9].

Висновки і перспективи (Discussion). Людина – істота соціальна, вона завжди хоче знати про своє становище та становище інших та ділитися з ними інформацією, для цього вона

завжди намагається розвивати нові інструменти та сучасні методи медіа. Пропаганда, реклама, соціальний та науковий розвиток, розмови про весь світ, спілкування, поширення культур, обмін досвідом і навіть реакція мають прямий і непрямої зв'язок з медіа. Сучасні ЗМІ мають як негативний так і позитивний вплив на соціальне та психологічне життя людини.

Крім того, враховуючи потребу у підтримці здоров'я людей і покращенні добробуту людей у контексті сучасного суспільства ризику та глобалізації, майбутні дослідження можуть зосередитися на екологічному середовищі та психологічному відновленні людей після епідемії, а також на тому, як посилити щастя та благополуччя людей, усунення негативного емоційного стресу та агресії.

REFERENCES

1. Aslam F., Awan T. M., Syed J. H., Kashif A., Parveen M. Sentiments and emotions evoked by news headlines of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Humanit. Soc. Sci. Commun.* 2020. Vol. 7. P. 23. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-0523-3>.
2. Barlett C. P., Gentile D. A. Affective and emotional consequences of the mass media. In K. Döveling, C. von Scheve, E. A. Konijn (Eds.). *The Routledge handbook of emotions and mass media*. 2015. pp. 60–78.
3. Field A. E., Cheung L., Wolf A. M., Herzog D. B., Gortmaker S. L., Colditz, G. A. Exposure to the mass media and weight concerns among girls. *Pediatrics*. 1999. Vol. 103(3). E36. <https://doi.org/10.1542/peds.103.3.e36>.
4. Garfin D. R., Silver R. C., Holman E. A. The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychol.* 2020. Vol. 39. P. 355–357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>.
5. Li P-P., Zhong F. A Study on the Correlation Between Media Usage Frequency and Audiences' Risk Perception, Emotion and Behavior. *Front. Psychol.* 2022. Vol. 12. P. 822300. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.822300>.
6. Mehraj H. K., Bhat A. N., Mehraj H. R. Impacts of media on society: A sociological perspective. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*. 2014. Vol. 3(6). P. 56-64.
7. Nader K., Toprac P., Scott S., Baker S. Public understanding of artificial intelligence through entertainment media. *AI & society*. 2022. 1–14. Advance online publication: <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01427-w>.
8. Ramkissoon H. Place affect interventions during and after the COVID-19 pandemic. *Front. Psychol.* 2021. Vol. 12. P. 726685. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.726685>.
9. Riley A. H., Sangalang A., Critchlow E., Brown N., Mitra R., Campos Nesme B. Entertainment-Education Campaigns and COVID-19: How Three Global Organizations Adapted the Health Communication Strategy for Pandemic Response and Takeaways for the Future. *Health communication*. 2021. Vol. 36(1). P. 42–49. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1847451>.
10. Ruben M. A., Wormwood J. B., Neumann A. E., Quigley K. S. Remember how this feels: Inconsistency in recalled impact of a mass violence incident is related to poorer mental health outcomes. *Translational Issues in Psychological Science*. 2016. Vol. 2(4). P. 382–94.
11. Saddiqi Q., Silab S. Negative Impacts of Mass Media on Social and Psychological life of Human Beings. *Sprink Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*. 2023. Vol. 2(01). P. 58–68. <https://doi.org/10.55559/sjahss.v2i01.80>.
12. Wormwood J. B., Devlin M., Lin Y. R., Barrett L. F., Quigley K. S. When Words Hurt: Affective Word Use in Daily News Coverage Impacts Mental Health. *Frontiers in psychology*. 2018. Vol. 9. P.

1333.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01333>.
13. Wormwood J. B., Lin Y. R., Lynn
S. K., Barrett L. F., Quigley K. S. Psycho-
logical impact of mass violence depends on

affective tone of media content. *PLoS one*.
2019. Vol. 14(4). P. e0213891.
[https://doi.org/10.1371/jour-
nal.pone.0213891](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213891).

MEDIA INFLUENCE ON MASS PERCEPTION AND PSYCHOLOGICAL STATE OF CITIZ

Vsevolod ZELENIN, Lesia Chopyk, Svitlana DOSKACH

Abstract. *Nowadays, the rapid development of technology has contributed to the rapid spread of social media among citizens of different countries. This has fundamentally changed the way people interact and communicate with each other, and how they receive information. At the same time, people's trust in and use of different media can affect their emotional and psychological state. Therefore, the purpose of this study was to assess the impact of media on mass perception and the psychological state of citizens. Given the enormous impact that media has on society, it is crucial to understand the psychosocial mechanisms by which symbolic communication affects human thinking, perception, and behavior. The article determines that traditional media (Internet resources, social networks, television, newspapers and magazines, etc.) have become an important channel for receiving information. The results demonstrate the impact of news content on the moods and opinions of the national audience. That is why modern society draws all new trends, fashions and whims from the media. It has been established that the media have a significant impact on the behavior of people in society. In addition to the positive impacts on business, politics and society, there are some negative ones, such as cyberbullying, privacy issues and fake news. Mass media are used for social intervention to disseminate information and change social behavior. This is the prosocial effect of media. There is a clear link between watching violent videos in the media and the upward trend in violence. We observe aggression among friends, relatives and other people makes the viewer more prone to aggressive behavior. People who watch a lot of TV tend to overestimate the amount of violence and crime that occurs in the world. Thus, it has been established that the media has a very large impact on changing the current and socio-psychological part of society. This change causes a movement that can be detected and directed in a positive or negative direction.*

Key words: *mental health, mass media, positive influence, negative influence.*