

УДК 159.9.019.4:159.972:159.9.018.3

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol15-Year2024-153>

Найдьонова Любов Антонівна

доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, член-кореспондент НАПН України, заступник директора з наукової роботи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ, Україна,

професор Інституту психології Польської академії наук, м. Варшава, Республіка Польща

<https://orcid.org/0000-0002-1222-295X>

mediasicolo@gmail.com

Григоровська Любов Володимирівна

кандидат педагогічних наук, доцент, провідний науковий співробітник, відділ психології масової комунікації та медіаосвіти

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-1436-5719>

grigorovskaya_lv@ukr.net

Губеладзе Ірина Гурамівна

доктор психологічних наук, старший дослідник, заступник директора з наукової роботи

Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0001-8023-6408>

irynagubeladze@gmail.com

Найдьонов Михайло Іванович

доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, професор кафедри психології і соціогуманітарних дисциплін,

Державний університет інфраструктури і технологій,

директор Інституту рефлексивних досліджень і спеціалізації IRIS, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-3833-8643>

iris_psy@ogr.ua

Умеренкова Наталія Федорівна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,
відділ психології масової комунікації та медіаосвіти,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України
м. Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0003-3084-2834>
nfdidyk@gmail.com

Дятел Надія Леонідівна

молодший науковий співробітник,
відділ психології масової комунікації та медіаосвіти,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України
м. Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0001-7563-5826>
nadya.dyatel@gmail.com

**ПСИХОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ МЕДІАТРАВМАТИЗАЦІЇ:
РЕЗУЛЬТАТИ ФОКУС-ГРУПОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Актуальність. Виявлення особливостей та динаміки медіаспоживання інформації про події війни потрібне для розуміння способів зменшення стресового навантаження і профілактики проблем психічного здоров'я. Попри наявні дослідження медіатравматизації специфіку впливу висвітлення війни на вразливі категорії населення України досі не вивчали.

Мета статті – представлення результатів першого етапу дослідження найбільш травматичних елементів медіаобразів війни на основі вивчення практик медіаспоживання та емоційних реакцій на висвітлення в медіа воєнних подій.

Методи і методологія. Методом фокус-групового інтерв'ю в лютому-березні 2024 р. опитано 60 осіб із чотирьох вразливих соціальних груп, як-от: сім'ї комбатантів, внутрішньо переміщені особи, громадяни з досвідом воєнної міграції за кордон та наступної репатріації, фінансово незабезпечене населення. Для подальшого аналізу використано модель диференціальної чутливості до медіаефектів.

Результати. Виявлено спільну для різних груп динаміку медіаспоживання протягом двох років повномасштабного вторгнення, а саме зменшення перегляду пов'язаного з війною контенту: чим сильніша емоційна реакція глядача, тим відчутніше зменшення перегляду. Найбільш травматичними характеристиками медіапродукції є відеоформат повідомлень, контрастні порівняння образів довоєнного і теперішнього буття, неочікуваність раптової появи візуальних образів війни без змоги завчасно контролювати перегляд.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Моральним виміром медіатравматизації під час медіаспоживання новиноного контенту про війну є відчуття несправедливості; специфічні медіатригери опосередковуються процесами особистої ідентифікації; частина досвіду медіаспоживання залишається малорефлексованою і змішаною. Психологічні параметри медіавпливу слабо представлені в результатах фокус-груп, а відповідно потребують експериментального дослідження. Перспективи подальшого дослідження визначаються спрямованістю на практичний результат – зменшення ризиків медіатравматизації через розроблення рекомендацій для системи освіти і психологічних рекомендацій для медіаіндустрії.

Ключові слова: медіаспоживання; російсько-українська війна; образи війни; медіатравма; дружини військових; ВПО; фокус-групи; психологічні стани.

Lyubov A. Naydonova

Doctor of Psychological Sciences, Senior Researcher, Corresponding Member of the National Academy of Sciences of Ukraine, Deputy Director for Scientific Work

Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine,

Professor Institute of Psychology of the Polish Academy of Sciences, Warsaw, Republic of Poland

<https://orcid.org/0000-0002-1222-295X>

mediasicolo@gmail.com

Liubov V. Hryhorovska

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Leading Researcher of the Department

of Psychology of Mass Communication and Media Education,

Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0002-1436-5719>

grigorovskaya_lv@ukr.net

Iryna H. Hubeladze

Doctor of Psychological Sciences, Senior Researcher, Deputy Director for Scientific Work

Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0001-8023-6408>

irynagubeladze@gmail.com

Mykhaylo I. Naydonov

Doctor of Psychological Sciences, Senior Researcher, Professor of the Department of Psychology and Socio-Humanitarian Disciplines State University of Infrastructure and Technologies, Director of the Institute of Reflective Investigations and Specialization IRIS, Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-3833-8643>
iris_psy@ogr.ua

Nataliia F. Umerenkova

Candidate of Psychological Sciences, Senior Researcher of the Department of Psychology of Mass Communication and Media Education, Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0003-3084-2834>
nfdidyk@gmail.com

Nadiia L. Diatel

Junior Research Fellow of the Department of Psychology of Mass Communication and Media Education, Institute for Social and Political Psychology of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-7563-5826>
nadya.dyatel@gmail.com

**PSYCHOLOGICAL PARAMETERS OF MEDIATRAUMATIZATION:
RESULTS OF FOCUS GROUP STUDIES**

Relevance. Identifying the peculiarities and dynamics of media consumption of information about the events of the war by Ukrainians in the conditions of a long war is necessary for understanding ways to reduce stress and prevent mental health problems. Despite the existing studies of media traumatization, the specifics of the impact of war coverage on vulnerable categories of the population of Ukraine have not been studied.

Purpose. The purpose of the article is to present the results of the first stage of the study of the most traumatic elements of media images of war based on the study of media consumption practices during the war, emotional reactions to media coverage of war events and parameters of media images.

Methods and methodology. The focus group interview method was used, 60 people were interviewed in February-March 2024 from 4 vulnerable social groups: families of combatants, internally displaced persons, citizens with experience of military

migration abroad and subsequent repatriation, and financially disadvantaged population. The model of differential sensitivity to media effects was used for the analysis.

Results. During the war, all groups have a tendency to reduce media consumption of war-related content, which is regulated depending on the strength of their own emotional reactions (the stronger the reaction, the more noticeable the reduction in consumption of the content that causes it); the most traumatic characteristics of media production are the video format of messages, the contrasts explained through the comparison of images of pre-war and present life, the unexpectedness of the sudden appearance of visual images of war without the ability to control;

Conclusions and prospects. The moral dimension of media traumatization is the feeling of injustice during media consumption of new content; specific media triggers are mediated by personal identification processes; part of the experience of media consumption remains poorly reflected and mixed. Psychological parameters of war images are on three dimensions: power, modality and dominance (controlling). The perspective of the experimental study is determined by its orientation on the practical final result, which should be the reduction of the risks of media traumatization through the development of recommendations for the education system and media education, as well as psychological recommendations in the direction of regulation and self-regulation of the media industry.

Keywords: media consumption; Russian-Ukrainian war; images of war; media trauma; military wives; IDPs; focus groups; psychological states.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій. У публікаціях останніх років усе більш гостро порушується питання щодо впливу на глядачів медіависвітлення колективних травм, тобто тих повідомлень, у яких висвітлюються катастрофи і трагедії. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну і російсько-українська війна, яка триває з 2014 року, безумовно, є подіями, що відповідають критеріям колективної травми. Це робить дослідження сприймання медіаповідомлень населенням України важливим і актуальним напрямом як з погляду індивідуальної профілактики наслідків війни для психічного і соматичного здоров'я, так і щодо розроблення рекомендацій для системи освіти і медіаосвіти, а також психологічних рекомендацій у річищі регуляції і саморегуляції медіаіндустрії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Науковці зауважують, що повідомлення сучасних медіа (лінійних і мережевих) про травматичні події розширюють територіальні межі подій від географічно обмежених до практично безмежних, перетворюючи переживання щодо місцевих подій на поширені за межами цієї локальності колективні травми (Vasterman, Yzermans, & Dirkzwager, 2015; Holman, Garfin, Lubens, & Silver, 2020). Звісно, широкий доступ до медіапростору може належним

чином забезпечувати інформування про події, що відбуваються у світі, проте тривале висвітлення катастроф і масового насильства, зокрема воєнного, може призводити до посилення в суспільстві тривожності та страху (Holman, Garfin, & Silver, 2014), сенсibiliзації громад, тобто підвищення чутливості населення до висвітлення подій у тих зонах, де аналогічні події відбувалися (Hopwood, & Schutte, 2017). Найчастіше дослідники аналізують такі наслідки медіаспоживання, як-от: зміни в стані здоров'я (зокрема зростання темпів поширення серцево-судинних захворювань) (Holman et al., 2008); симптоми посттравматичних стресових розладів, які розвиваються з часом після медіаекспозиції колективної травми, а також тривожності, гніву й агресії, депресивних реакцій (Houston, 2009; Pfefferbaum et al., 2014; Silver et al., 2013). Низка систематичних оглядів і досліджень метааналітичного характеру щодо психологічних наслідків для глядачів медіаекспозиції висвітлення різних катастроф (природного, техногенного і воєнного типів) підтверджує вагомість таких впливів як на кроссекційних кореляційних методах (Houston, 2009; Pfefferbaum et al., 2014), так і в експериментальних дослідженнях (Hopwood, & Schutte, 2017). Проте в цих оглядових і метааналітичних дослідженнях не представлені українські учасники і воєнні реалії російсько-української війни.

Українські дослідження медіатравми, репрезентовані на міжнародному рівні (Naydonova, 2023; Naydonova, Chunikhina et al., 2023; Naydonova, Naydonov, & Hryhorovska, 2023; Naydonova, Hryhorovska, & Naydonov, 2023), спираються на результати масових опитувань, зокрема вчительської спільноти в прифронтових районах Донецької і Луганської областей перед повномасштабним вторгненням (Найдьонова, Найдьонов, Григоровська, & Умеренкова, 2021), а також дітей (Найдьонова, Найдьонов, & Григоровська, 2022).

Водночас протягом минулого року вже опубліковано кілька досліджень щодо впливу висвітлення в медіа подій російсько-української війни на населення інших країн, далеких від фронтів російсько-української війни, зокрема Ізраїлю (Paldi, Greenblatt-Kimron, Ben-Ezra, & Shrira, 2023), Німеччини, Фінляндії і Канади (Begic, Greenglass, Hints, Karkkola, & Buchwald, 2023), Португалії (Castro, Dias, & Madeira, 2023). Досліджень, які розкривали б особливості медіасприймання висвітлення російсько-української війни самими українцями, досі бракує.

Згідно з моделлю диференційної чутливості до медіаефектів (МДЧМЕ), запропонованою Браеном Г'юстоном з колегами (Houston, Spialek, & First, 2018), потрібно брати до уваги модератори медіаефектів – умовні змінні (індивідуальні чи соціальні змінні, які модерують спрямованість або силу медіаефекту), непрямі змінні (стосуються

початкових особливостей медіаспоживання, станів та реакцій на медіаповідомлення) і трансакційні змінні (які змінюють медіаспоживання) (Valkenburg, & Peter, 2013).

Представлене дослідження – одне з перших серед низки розвідок, спрямованих на виявлення особливостей медіаспоживання інформації про воєнні події в умовах тривалої війни. Як соціальні змінні лиха війни ми відповідно до МДЧМЕ пропонуємо розглядати такі вразливі групи:

- сім'ї комбатантів (дружини військових, які беруть безпосередню участь у війні з відповідними актуальними ризиками для життя і здоров'я); це група ймовірного сильного вторинного травмування;

- внутрішньо переміщені особи (ВПО) – люди, які зазнали спричиненої війною міграції всередині країни (досвід безпосередньої загрози життю і здоров'ю);

- люди з досвідом воєнної міграції за кордон в інші країни (досвід акультурації і реадаптації після повернення в Україну);

- вразливі соціальні категорії фінансово малозабезпеченого населення, зокрема в сільській місцевості, яке має певні особливості медіаспоживання, наприклад обмежене використання інтернет-джерел.

Метою статті є розгляд особливостей медіаспоживання вразливих категорій населення крізь призму динаміки протягом кількох років війни; виокремлення прикладів найбільш травматичних медіаповідомлень, їхніх параметрів та реакцій медіаспоживачів під час сприймання таких повідомлень і протягом певного часу. Завдання аналізу емпіричного матеріалу, зібраного методом фокус-групового опитування, – виокремити загальні і специфічні медіатригери, які погіршують психологічний стан медіаспоживачів в умовах тривалої війни та її висвітлення в медіа.

Виклад основного матеріалу дослідження. Представлені в статті результати дослідження психологічних параметрів медіатравматизації із застосуванням методів фокус-групового опитування та індивідуальних глибинних інтерв'ю є першою ланкою в серії емпіричних досліджень, передбачених програмою проекту «War mental health crisis coping: evidence-based media psychoeducation for family and community health promotion during economic recovery» («Долання воєнної кризи психічного здоров'я: доказова медіапсихосвіта для підтримки здоров'я сімей і громад у процесі економічного відновлення»), що реалізується в рамках міжнародної програми підтримки українських учених у важкі часи російської агресії. Завдяки розгорнутій, багатоступеневій програмі емпіричних досліджень забезпечується доказовість результатів, що мають стати основою для науково обґрунтованих рекомендацій щодо медіапсихосвітньої політики та зменшення ризиків медіатравматизації населення. Програма передбачає застосування різноманітних методів,

спрямованих як на вивчення феномену медіатравматизації, так і на перевірку ефективності запропонованих у підсумку способів її зменшення.

У зазначеній системі емпіричних досліджень фокус-групові опитування – це перший етап. Його завдання – попереднє визначення найбільш травматичних елементів образів війни на основі вивчення практик медіаспоживання під час війни, емоційних реакцій на висвітлення в медіа воєнних подій та параметрів медіаобразів, що мають стресовий вплив на людину, її психологічне благополуччя. Отримані результати мають стати основою добору матеріалу (зображень війни) для проведення наступного етапу емпіричних досліджень – лабораторного експерименту, під час якого визначення параметрів медіаобразів, що справляють найбільш травматичний вплив на самопочуття, здійснюватиметься із застосуванням апаратурних методик фіксації психофізіологічних реакцій на експозицію зображень війни (фото і відео подій війни).

Для проведення дослідження розроблено гайд, який містить три змістові блоки запитань, спрямованих на вивчення таких психологічних параметрів медіаспоживання: 1) споживання медіа і пріоритет щоденних медіапрактик, зміна практик та їх саморегуляція під час війни, зміни в інформаційних потребах; 2) загальний стан здоров'я та досвід стресу, пов'язаний з медіа; 3) способи подолання і стратегії зменшення стресу, зокрема стресу, спричиненого ЗМІ, а також особисті плани на майбутнє в період економічного відновлення. Центральними в реалізації фокус-груповим опитуванням його функції підготовчого (базового) етапу для проведення лабораторного експерименту були запитання другого блоку. Завдяки отриманим на ці запитання відповідям передбачалося з'ясувати, які саме зображення війни, експоновані в ЗМІ, і які саме їхні параметри мають найбільш травматичний вплив на самопочуття, психологічний стан реципієнтів. Для категорії громадян з досвідом міграції гайд додатково містив блок запитань щодо медіаспоживання під час перебування за кордоном.

Представлені в статті результати ґрунтуються на матеріалах пілотного дослідження, проведеного групою науковців Інституту соціальної та політичної психології НАПН України протягом лютого 2024 р. на загальній вибірці чисельністю 60 осіб. Рекрутингові процедури передбачали скринінг психологічного стану потенційних учасників, метою якого було виявлення психологічно вразливих осіб для виключення їх з дослідження з огляду на високий ризик ретравматизації. Для цього претендентам пропонувалося відповісти на запитання двох коротких опитувальників (із шести і п'яти запитань), відповіді на які

давали змогу оцінити наявність у них проблем психологічного самопочуття та ступінь їхньої вираженості протягом останнього місяця.

ФГ-опитування проводилось як в офлайн-, та і в онлайн- (на платформі ZOOM) форматах. Обов'язковим складником процедури, яка передувала власне опитуванню, було укладання з учасниками Поінформованої згоди на участь у груповому інтерв'ю (в усній формі з аудіофіксацією або записом «погоджуюсь» у чаті). У такий спосіб до учасників доводилися мета дослідження, обсяг і змістові напрями запитань, процедура комунікації ведучого й учасників, оговорювалося право учасника на припинення участі в опитуванні без будь-яких наслідків. Укладання Поінформованої згоди дало змогу оптимізувати процес інтерв'ювання через управління можливими несанкціонованими відхиленнями від процедури.

Результати ФГ-дослідження за категоріями учасників. У фокус-груповому дослідженні *медіаспоживання в сім'ях комбатантів* (дружини військовослужбовців) взяли участь 14 осіб віком від 35 до 55 років із шести областей України: Дніпропетровської, Харківської, Київської, Львівської, Донецької та Полтавської. На момент участі у фокус-групі у двох учасниць чоловіки перебували на лікуванні через наслідки поранень, у двох – несли службу не в районі ведення бойових дій, у решти десяти – виконували завдання в зоні бойових дій. Дев'ять учасниць мали досвід вимушеного переміщення, із них двоє на момент дослідження проживали за кордоном.

Основними новинними каналами споживання інформації в цій групі на момент опитування були YouTube-канали з певними обраними експертами, телеграм-канали «рідного» регіону (проживання або походження), офіційних державних структур та інші окремі інформаційні канали. На момент опитування кількість джерел новинного контенту була свідомо обмеженою. Якщо на початку повномасштабного вторгнення і в перші місяці війни, як зазначали всі учасниці, вони були підписані на численні новинні телеграм-канали, де постійно моніторили інформацію (як згадувала одна з них, «...було мільйон телеграм-каналів усяких, яких тільки можна, і я все читала»), то в подальшому відбувалося поступове зменшення їхньої кількості, яка на момент опитування становила в середньому два-три канали.

Прикметно, що жодна з опитуваних серед джерел інформаційного контенту не зазначила телебачення, тоді як на початку повномасштабного вторгнення для всіх воно, зокрема марафон «Єдині новини», було пріоритетним як джерело настанов щодо дій та орієнтування в ситуації. На момент опитування ним користувалися лише жінки, які мали дітей дошкільного віку, в обмеженій функції джерела контенту для дітей,

зокрема перегляду мультфільмів.

Основними медіастресорами, що спричинюють травматичний вплив на осіб досліджуваної категорії, за їхніми самозвітами, є (порядок представлено за частотою згадувань, півжирним курсивом виділено стресори, специфічні для аналізованої соціальної групи):

– зображення тіл загиблих дітей, дитячі іграшки на руїнах будинків,

– зображення складних травм у військових,

– фото з похоронних процесій військових,

– руйнування в місті, звідки родом опитувані або де вони проживають,

– інформаційний контент про те, як уникнути мобілізації,

– телемарафон (сприймається як викривлена інформація про війну і породжує відчуття несправедливості. Припускаємо, це відчуття породжено зіставленням офіційних новин, які транслюють медіа, з інформацією, отриманою від чоловіків із фронту, яке фіксує розбіжності).

Звертає на себе увагу стресогенність візуального контенту про війну – у наведеному переліку відсилку до нього мають дві третини позицій («зображення», «фото»).

Як ілюстрації щодо зазначених медіастресорів наведемо деякі вислови учасниць обговорення, які розкривають також психологічні механізми впливу медіаконтенту того чи того змісту:

«І така, ну, взагалі, історія, яка мене знесла, це коли в нас у Дніпрі потрапила ракета в будинок на Перемозі. І, по-перше, це район, де я багато кого знаю, жила певний час. ... І це тоді справді сниться, бачиться.»

«Ти можеш, наприклад, побачити якесь фото з дитиною в Краматорську на вокзалі, і ти це проєктуєш зразу на себе, що, наприклад, це міг би бути ти, наприклад, із твоєю дитиною, і ти вже починаєш себе накручувати, що, напевно, ти справді щось не так робиш; може, треба було виїхати, ти сам наражаєш себе на небезпеку».

«...чутливий контент для мене – це завжди ці реальні історії, іноді я розумію, що вони важливі для пам'яті, це для чогось, але мені здається, що іноді з них роблять, ну, трохи ретравматизацію для нас, для всіх. Для мене, ну, звісно, було болючим, там, історія людей з Бородянки, з Бучі».

Найбільш вразливим фактором дружини військовослужбовців вважають раптовість, без будь-якого попередження, виринання потенційно травматичного медіаконтенту (*«Ти відкриваєш – і там уже фото: тут нога, тут рука, тут щось... Я ж кажу, ці дитячі іграшки в крові... І це все вже захоплює, не можна вийти звідти»*). Це впливає на

емоційний стан, порушує сон та потребує додаткового часу на відновлення, зменшуючи тим самим загальний ресурс утримання себе у функціональному стані, виживання загалом.

Додамо, що опитані дружини військових, які мають малолітніх дітей, свідомо обмежують споживання медіатравматичного контенту, намагаючись уникати в такий спосіб будь-яких впливів медіа на свій емоційний стан для збереження свого психологічного благополуччя як запобіжника емоційно-психологічної дестабілізації дітей.

Особливості медіаспоживання соціальної категорії фінансово малозабезпеченого населення. Ця група досліджуваних налічувала 24 особи – жителів сільської місцевості віком від 21 до 80 років. Серед основних каналів споживання новинної інформації у цієї категорії, як і у дружин військових, домінують телеграм-канали. Проте, на відміну від останніх, у сільських мешканців помітне місце серед джерел інформації займає телебачення. Старше покоління (особи пенсійного віку 70 років і більше) переважно дивиться телевизор і слухає радіо, воно більше довіряє марафону «Єдині новини», який на початку повномасштабного вторгнення, як зазначають учасники, дуже допомагав впоратися із хвилюванням і тривогою. Проте ставлення до марафону протягом війни демонструє зміни, ідентичні тим, що відбулися в групі дружин військовослужбовців: на момент опитування марафон більше дратував, ніж заспокоював, оскільки, як зауважували більш молоді учасники, у ньому транслюється багато неправдивої, нереалістичної інформації, через що вони часто уникають дивитися марафон або й зовсім відмовляються від нього. На момент ФГ-опитування телевизор і далі дивилися люди віком 70+, не віддаючи проте перевагу тому чи тому каналу («будь-який, де показують новини»). Водночас навіть вони зазначали, що від початку повномасштабного вторгнення почали частіше споживати новини з Інтернету, посилаючись на такі його переваги, як можливість подивитися ті новини, які цікавлять, і тоді, коли потрібно або є можливість.

Молодь і люди середнього віку більше споживають інформацію з телеграм-каналів, YouTube-каналів і різних сайтів, віддаючи перевагу офіційним каналам.

Виразено травматичний вплив на аналізовану категорію мають емоційно насичені відеоматеріали, у яких ідеться про:

- загибель і травматизацію дітей, тварин (беззахисні і залежні категорії);
- персональні історії постраждалих;
- руйнування і завдання шкоди землі;
- вбивства, катування, гвалтування

– порівняння і протиставлення, наприклад, квітучих міст і їхніх спричинених обстрілами і бомбардуваннями руїн, дитячого майданчика – місця безтурботних дитячих ігор і розваг – на фоні зруйнованого будинку тощо;

– окупацію свого населеного пункту, щодо якої люди навіть уже після їх звільнення мають складні переживання.

Ось приклади висловлювань, що демонструють травматичний вплив медіаконтенту відповідно до вищезазначеного змісту:

«Усе, усе розбито [руйнування будівель, земель], і ти його уявляєш, воно не забувається. І дуже, дуже тримається довго в пам'яті».

«Я завжди на щось плачу, на ті вибухи, або от ховали діток. Боже, ховали четверо дітей. Поклали дитинку до матері [до труни]. Немовля. Ти що? Це взагалі... Ні, ні, ні. Я дуже, дуже на це все, дуже реаую. Дуже, дуже, дуже».

«... у нас три військовослужбовці загинули. Я не в стані була піти на похорон, але я теж дуже цим переймалася. Це дуже боляче, це дуже, дуже, дуже. Тому що у своєму селі це все відбувається».

Жінки помітно більш вразливі до травматичного контенту, ніж чоловіки. Принаймні вони значно частіше розповідали про свої сильні емоційні реакції. Водночас слід зауважити, що в нашому суспільстві чоловікам «не личить» говорити про свої почуття і переживання, тож такий результат може відображати не стільки більшу стійкість чоловіків до травматичного контенту, скільки те, що їхні переживання залишаються не проявленими і проживаються глибоко всередині. А це насправді матиме ще більш негативний ефект, ніж відкриті сльози чи агресія у жінок.

За словами учасників, перегляд травматичного контенту, пов'язаного з війною і її наслідками, викликає у них сильні емоційні реакції, зокрема неконтрольовані сльози, нестримну агресію щодо ворога, порушення сну (важке засинання і легкий, тривожний, дуже ранній підйом). Водночас про інтрузії як важкі, нав'язливі спогади про ті чи інші події чи образи учасники майже не згадували. Такі випадки фіксувалися тільки в окремих ситуаціях після перегляду сильно емоційно навантаженого контенту, як, наприклад, катування і вбивство полонених, підриг дамби Каховської ГЕС.

Учасникам, що належать до цієї категорії, доволі складно детально описувати свої емоційні реакції. Частіше вони зазначали, що перегляд травматичного контенту є емоційно важким для них, але не деталізували свої реакції. Це може бути пов'язано як із загально низьким рівнем розвитку рефлексії і самоаналізу, розуміння своїх почуттів і переживань,

так і з несвідомим блокуванням неприємних спогадів і пов'язаних із ними переживань.

Що ж до характеристик візуального контенту, які спричиняють найбільший вплив на емоційно-психологічний стан, то учасники зазначали, що інтенсивність емоційних реакцій залежить від повторних переглядів і їхньої тривалості (*«Звичайно, чим частіше дивився, тим твій стан сильніше погіршується, стан здоров'я. І тоді на одних ліках»*), тоді як тип екрана (телеекран чи екран телефона, які мають різну величину, а отже різні можливості детального сприйняття візуального контенту) не відіграють помітної ролі. Зі слів учасників, вони не відчують різниці щодо впливу на них контенту в різному форматі (аудіо, візуальний, текстовий), а наголошують передусім на важливості його змісту. А проте деякі висловлювання суперечать цьому: *«Без різниці. Будь-що. Ну, в основному, звісно, відео. Відео. Оце бачиш оце все, оці всі вибухи, оці всі розбиті дома, похорони ці всі. І це серце не витримує»*.

Особливості медіаспоживання внутрішньо переміщених осіб (ВПО). У цій категорії опитано десять осіб віком від 19 до 55 років. З них восьмеро стали вимушеними переселенцями з 2014 року і на момент проведення фокус-групового опитування проживали ще додатково в одному-трьох містах, крім рідного і того, в якому перебували наразі. Семеро учасників мали близьких, що залишились в окупації, з них четверо якийсь час були в окупації самі. Один з учасників групи – військовослужбовець на ротації (служить у зоні активних бойових дій), в однієї учасниці чоловік – військовослужбовець.

Основними джерелами інформації для осіб цієї категорії, як і для двох вищеописаних категорій, є телеграм-канали, які загалом можна поділити на дві групи: ті, які надають оперативну інформацію щодо поточної ситуації з обстрілами, тривогами, і ті, які містять перевірену інформацію про війну в Україні. На момент опитування їхня кількість була обмежена до мінімуму. YouTube також належить до переліку джерел медіаконтенту, проте контент, який споживається через цю платформу, має більшою мірою пізнавально-розважальний характер.

Особливістю медіаспоживання осіб цієї категорії респондентів є *особливий статус новин, що стосуються їхніх рідних місць*. Учасники групи зберігали звичку відстежувати актуальні новини про кожне з місць, де їм доводилося жити після залишення рідної домівки. Це зумовлює специфіку основних медіастресорів (наведено за частотою згадувань):

– зображення або опис подій, учасники яких були відрізані від шляхів порятунку, коли спроба захисту або порятунку близьких людей або знайомих речей була марною, що викликало почуття безпомічності. До такого контенту досліджувані відносили, наприклад, детальні відео

про загибель людей і тварин з рідного міста, знищення історичних пам'яток, значущих будівель рідного міста;

– неочікуваний контент або неочікувані розвороти в очікуваному змісті контенту, що різко підвищують їхній травматичний потенціал (наприклад, полонених везли на обмін, а натомість розстріляли). У цьому контенті травматичний вплив спричиняє незбіг оптимістичних очікувань (спосіб їх породження наразі не розглядається) з експозиціонованою травматичною реальністю;

– деморалізуючі новини на зразок відставки В. Залужного, який для більшості українців став символом надії або свободи в цій війні; при цьому більшість опитаних говорять про загальну байдужість до новин політичної сфери країни (в основі якої, проте, більшою мірою лежить зневіра, а не брак інтересу).

Окремо, поза межами сприймання медіаконтенту, звертає на себе увагу вразливість цієї категорії до повідомлень агентств нерухомості, які через рекламні борди звертаються до мешканців з посланнями на зразок *«Твій дім чекає на тебе»*. Їхній травматичний вплив може бути відтермінованим у часі, не відстежується одразу, але пізніше породжує нав'язливу думку *«у мене немає дому»* і може спричинити сильну емоційну реакцію.

Під час ФГ-дослідження **медіаспоживання українців з досвідом воєнної міграції за кордон та наступної репатріації** опитано 12 жінок віком від 20 до 72 років, переважно з вищою освітою з Києва, Запоріжжя, Миколаєва, Херсона. Країни міграції: Польща – чотири особи, Іспанія і Румунія – по дві особи, Канада, США, Хорватія, Болгарія – по одній особі. Термін перебування за кордоном – від двох місяців до півтора року.

Провідними джерелами інформації, як і в інших групах, під час перебування за кордоном і після повернення в Україну були і залишаються телеграм-канали. Телебачення як джерело інформації не використовувалося: під час перебування за кордоном телевізора в місцях проживання просто не було, а після повернення в Україну – через недовіру до офіційної інформації, що транслюється через *«Єдині новини»*.

Усі учасники цієї групи, описуючи медіаспоживання початкового періоду повномасштабного вторгнення, як і учасники всіх інших груп, відмічали високу його інтенсивність (обсяг щоденно спожитого медіаконтенту) і тотальність використання всіх доступних джерел (*«Медіаспоживання було колосальне, ...з усіх каналів, ну, це були і телеграм-канали, і вайбер, і вотсап, всюди, фейсбук, ... усі доступні соцмережі»*). Пояснюючи причини, учасники називали *«ілюзію*

контролю», яку давало таке «неконтрольоване» поглинання новинного контенту. Проте особливістю медіаспоживання цієї категорії українців з погляду мотивації є вага чинника тривоги за рідних і близьких, які залишалися в Україні (*«Ми були в Польщі, чоловік – у Запоріжжі. Ми переживаємо, ми, відповідно, читасмо всі новини, щоб знати, там усе в порядку чи ні»*), а також горювання за домом (*«Я почувалася відірваною від дому...»*). Специфічним саме для цієї категорії громадян мотивом посиленого медіаспоживання є і *мотив морального обов'язку перед Батьківщиною*. Одна з учасниць висловила так: *«Коли ми виїхали з України, то був період, коли я відчувала себе морально зобов'язаною обов'язково стежити за новинами, навіть якщо мені в цей момент було щось інше цікаве... якщо я не переживаю цей досвід сама, то треба хоча б ... стежити за тим, що відбувається»*.

Особливістю медіаспоживання українців у період перебування за кордоном можна вважати і *більш глибокий психологічний (емоційний) вплив медіаінформації*, який вони відмічали, порівнюючи сприймання новинного медіаконтенту під час перебування за кордоном і після повернення в Україну. Принаймні чверть учасників ФГ-опитування цієї категорії чітко висловили думку, що *«коли ти далеко від дому, усе і всі новини сприймаються в трьох-чотири-кратному розмірі... я вам не можу навіть передати це відчуття, це просто жах, що здається, що відбувається... коли ти там... там накручується ще більше»*. Пояснити цей ефект можна, з одного боку, майже браком досвіду проживання подій війни в реальності (через швидкий від'їзд з країни), натомість формуванням його опосередковано, значною мірою через медіа, а з другого – знову ж таки переживанням за рідних, які залишилися в Україні (*«Там навіть я гірше переживала, ніж тут (в Україні, у Миколаєві. – Л. Г.), під обстрілами.... Тому що тут у мене були батьки і чоловік»*).

Уявлення про розрив між досвідом проживання реальності війни й ефектом її медіапроживання під час перебування за кордоном дають слова однієї з учасниць. Розповідаючи про переживання під впливом медійних повідомлень про обстріли її рідного Запоріжжя, вона зазначає: *«Там (у Польщі. – Л. Г.), коли я все це слухала..., мені здавалося, що міста вже просто не існує»,* а коли *«я приїхала якраз у кінці серпня 22-го року і тут почалися в листопаді посилені нальоти, люди були тут настільки перелякані всі, а я ніби ... дивлюся на них і думаю: ну, це ж не так страшно»*. Тобто трансльовані в медіа картини локальних руйнувань сприймалися на відстані як більш глобальні, що посилювало їхній стресогенний, травматичний вплив.

Виявлено такі *основні медіастресори* для групи українців з досвідом воєнної міграції за кордон:

- загибель людей (особливо дітей, вагітних), фізичні страждання людей, зокрема у форматах персоналізованих трагічних історій (військових і цивільних), (відео)репортажів з фронту;

- злочини російської армії: знущання над українськими військовими, катування, розстріли;

- показ людей в останні миті їхнього життя;

- масштабні руйнування українських міст, знищення природи України;

- візуальний контент із стражданнями тварин;

- неправдива інформація, що оцінюється як така внаслідок порівняння її з інформацією від рідних, які воюють, і викликає недовіру до офіційних джерел;

- контрастні до воєнних подій провокативні медійні сюжети мирного життя, яке для деяких співгромадян не змінилося в часи війни;

- російська пропаганда, сюжети з Росії, які траншують приклади того *«божевілля, яке зараз відбувається в Росії»*; чинником травматизації тут є усвідомлення глибини ментальної прірви між сторонами воєнного протистояння, яке позбавляє надії на швидше закінчення війни.

Діапазон емоційних реакцій на перегляд травматичного контенту широкий – від сліз та апатії до неконтрольованої злості як реакції на російську брехню.

Загалом психологічними параметрами медіатравматизації є:

- перевантаженість медіаінформацією через неконтрольоване, безмірне її споживання (на початку війни);

- візуальна модальність медіаконтенту, емоційність реагування на яку зумовлює свідоме уникання фото і відеоінформації, надання переваги суто інформаційному новинному контенту переважно у вигляді тексту;

- особистісний смисл змісту медіаконтенту для медіаспоживача (руйнування в рідному місті для його мешканця, гвалтування дітей для матері тощо);

- масовість поширення певного контенту (*«не можна уникнути, всюди натикаєшся на цей контент»*);

- художня форма подання медіаконтенту (*«фільм анімаційний про Маріуполь; мультфільм, намальований дівчиною, яка це все пережила, автобіографічний, дуже вплинув»*);

- прийоми подання інформації, розраховані саме на емоційний відгук медіаспоживача (дитяча іграшка на фоні зруйнованого будинку, інформація про «останні миті життя» живої ще в кадрі людини);

- незбіг медіаконтенту з реальністю (*«неправдивість»*), особливо для тих, хто має пряму інформацію від учасників бойових дій, сам був учасником подій, про які йдеться в медіаповідомленні (мешканці

обстріляних і зруйнованих будинків тощо), користується різними медійними джерелами інформації для її перевірки.

Також слід наголосити на кумулятивному ефекті медіатравматизації, коли ніби стираються деталі подій і медіаобразів, які колись мали величезний вплив, проте створюється загальний підвищений рівень емоційної вразливості (*«тепер будь-які твори мистецтва, чи то фільм, чи то, наприклад, вистави в театрі, я всюди плачу»*).

На завершення аналізу медіаспоживання осіб, змушених мігрувати через війну за кордон, слушно зазначити, що порівняно з початком війни сьогодні медіаспоживання в цій групі характеризується: скороченням обсягу щоденно спожитого медіаконтенту, вибірковістю останнього, відмовою (часто свідомою) від особливо травматичного медіаконтенту, поверненням (хоч і в значно скороченому порівняно з довоєнним періодом обсязі) в поле медіаспоживання інших, крім військово-політичного, видів контенту, зокрема розважального, як захисту від усвідомлюваної травматизації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Загальна динаміка медіаспоживання від початку війни – зменшення часу експозиції образів війни. Час, який люди проводили перед екраном у пошуку новин у перші тижні війни, був дуже значним, на другому ж році війни цей час кардинально зменшився. Зменшилася також кількість джерел, якими користувалися українці для отримання новин про воєнні події – до двох-трьох спеціально відібраних. Медіаспоживання регулюється наразі залежно від власних реакцій: зменшується споживання тих форматів, які викликають сильніші емоційні реакції.

Серед характеристик медіапродукції найбільш травматичними є відеосюжети зі звуковим супроводом, а також контрасти (порівняння довоєнного і зруйнованого/враженого станів будівель, людей). Дієвим чинником впливу медіа на стан медіаспоживачів є неочікуваність – раптова поява емоційно навантажених візуальних образів.

Моральний складник емоційних станів має велике значення для оцінювання медіавпливу. Відчуття несправедливості, яке виникає у глядачів під час медіаспоживання, обтяжує їхній емоційний стан, викликаний новинами; ці стани пов'язані з емоціями гніву.

Специфічні медіатригери опосередковуються процесами особистої ідентифікації зі змістом медіаповідомлення (територіальна близькість досвіду, пережиті відповідні події, уявне перенесення побаченого на себе, на свою життєву ситуацію).

Більшість параметрів медіаповідомлення не виокремлюються споживачами, тому реакції змішані, що ускладнює виокремлення під час обговорення минулого досвіду необхідних деталей. Частина досвіду

медіаспоживання залишається малорефлексованою і змішаною, що не дає змоги глядачам чітко усвідомити роль впливу окремих параметрів.

Психологічні параметри образів війни визначаються темами загибелі і фізичних травм людей, руйнування осель і природи, масштабом руйнувань, а також охоплюють страждання дітей і тварин. Психологічні реакції на сприйняті повідомлення про воєнні події глядачі описують у параметрах сили їхнього стресового впливу, викликаних нав'язливих згадувань, а також у різних емоційних модальностях негативного спектру емоцій, серед яких найбільш травматичним є відчуття безпорадності, безвиході, марності зусиль, тобто ситуація втрати контролю. Співпереживання стражданням героїв історій і почуття гніву є найбільш поширеними психологічними реакціями.

Варто зазначити, що візуальні образи у сприйнятті медіаповідомлень нерозривно пов'язані з історіями, які ці образи ілюструють. Глядачі оцінюють вплив симультанно, що не дає змоги методом інтерв'ю виокремити суттєві складники цього цілісного впливу. Для подальшого аналізу потрібні експериментальні дослідження з контрольованими параметрами візуальних образів, їх вербального супроводу, а також інших параметрів візуального та аудіовізуального впливу.

Перспективи подальшого дослідження полягають у вивченні механізмів впливу медіаобразів війни на глядача в контрольованих умовах і виокремленні причинно-наслідкового впливу окремих параметрів на психологічні стани медіаспоживачів, зокрема слабо усвідомлених реакцій, що потребує експериментального дизайну. Для кількісного оцінювання впливу медіависвітлення війни на психологічні стани і психічне здоров'я українців з можливістю ширшої екстраполяції варто також скористатися методологією масових репрезентативних опитувань.

Обмеження дослідження зумовлені вибором якісної методології, що не дає змоги здійснити кількісне оцінювання ступеня впливу окремих виявлених параметрів, їхньої вагомості і поширеності. Водночас на основі проведеного аналізу результатів фокус-групових інтерв'ю можна конкретизувати гіпотези для подальшого дослідження особливостей медіатравматизації в умовах війни.

Практична/соціальна значущість дослідження. Практична значущість дослідження визначається необхідністю долати кризу психічного здоров'я, зумовлену стресовими перевантаженнями воєнного часу. За результатами дослідження буде складено план експериментального вивчення впливу образів війни з урахуванням усвідомлюваних психологічних і менш свідомих фізіологічних реакцій організму на різні

аспекти і формати медіаповідомлень. У підсумку на основі доказових медіапсихологічних досліджень буде розроблено рекомендації для медіаіндустрії.

Персональний внесок авторів. Л. Найдьонова – загальне керівництво, огляд літератури, загальна концептуалізація, розроблення гайду, висновки; Л. Григоровська – проведення фокус-груп з колишніми мігрантами, аналіз результатів, оформлення статті; І. Губеладзе – проведення фокус-груп та індивідуальних інтерв'ю із сільськими і міськими малозабезпеченими людьми, аналіз результатів; Н. Дятел – проведення фокус-груп з ВПО, аналіз результатів; Н. Умеренкова – проведення фокус-груп з дружинами військових, аналіз результатів; М. Найдьонов – підготовка загальної схеми аналізу, підготовка і рефлексивний аналіз мовної продукції, узагальнення отриманих результатів.

Подяка. Дослідження виконано в межах міжнародної програми довготривалої підтримки українських учених Польської академії наук і за фінансування Академії наук США та інших спонсорів (Long-term program to support Ukrainian research teams at the Polish Academy of Sciences carried out in collaboration with the U. S. National Academy of Sciences with the support of external partners) проекту «Подолання кризи психічного здоров'я війни: доказова медіапсихоосвіта для підтримки здоров'я родини та громади під час відновлення економіки». Автори висловлюють вдячність директору Інституту психології Польської академії наук проф. Роберту Бялашу і заступнику директора, завідувачу лабораторії психофізіології віртуальної реальності проф. Гжегожу Похватко за тривалу організаційну і змістову підтримку проекту.

Оголошення. Відповідність дослідження етичним нормам підтверджено рішенням етичної комісії Національної асоціації психологів (Ethics Commission's meeting on February 1, 2024, as documented in Minutes No. 1/24).

Список використаних джерел

Найдьонова, Л. А., Найдьонов, М. І., & Григоровська, Л. В. (2022). Медіатравма і симптоми посттравматичного стресового розладу у дітей. *Журнал сучасної психології*, 4 (27), 56–70. <https://doi.org/10.26661/2310-4368/2022-4>. Взято з <https://www.journalsofznu.zp.ua/index.php/psych/article/view/3064/2909>.

Найдьонова, Л. А., Найдьонов, М. І., Григоровська, Л. В., & Умеренкова, Н. Ф. (2021). *Інформаційні поведінка і потреби вчителів Донецької і Луганської областей України: інформаційний бюлетень. Листопад 2021*. Київ: ІСПП НАПН України. Взято з http://profprestige.org.ua/publ/Inf_bul_2021vd.pdf.

Begic, P., Greenglass, E., Hintsa, T., Karkkola, P., & Buchwald, P. (2023).

Mediation of cognitive interference on depression during the Russo-Ukrainian war in three national samples. *Journal of Health Psychology*. doi:10.1177/13591053231184065.

Castro, M., Dias, J. A., & Madeira L. (2023). Does the media (also) keep the score? Media-based exposure to the Russian-Ukrainian war and mental health in Portugal. *Journal of Health Psychology Special Issue: War, Terrorism, Genocide and Politicide*, October, 1–14.

Holman, E. A., Garfin, D. R., & Silver, R. C. (2014). Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93–98. <https://doi.org/10.1073/pnas.1316265110>

Holman, E. A., Garfin, D. R., Lubens, P., & Silver, R. C. (2020). Media Exposure to Collective Trauma, Mental Health, and Functioning: Does It Matter What You See? *Clinical Psychological Science*, 8 (1), 111–124. <https://doi.org/10.1177/2167702619858300>

Holman, E. A., Silver, R. C., Poulin, M. J., Andersen, J., Gil-Rivas, V., & McIntosh, D.N. (2008). Terrorism, acute stress, and cardiovascular health: A 3-year national study following the September 11th attacks. *Archives of General Psychiatry*, 65, 73–80.

Hopwood, T., & Schutte, N. (2017). Psychological outcomes in reaction to media exposure to disasters and large-scale violence: A meta-analysis. *Psychology of Violence*, 7, 316–327.

Houston, J. B. (2009). Media coverage of terrorism: A meta-analytic assessment of media use and posttraumatic stress. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86, 844–861. <https://doi.org/10.1177/107769900908600408>

Houston, J. B., Spialek, M. L., & First, J. (2018). Disaster media effects: A systematic review and synthesis based on the differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 68 (4), 734–757. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy023>

Naydonova, L. (2023). War mental health crisis coping: evidence-based media psychoeducation. *Constructive reflection of confrontation and cooperation: psychological risks and resources of war* (pp. 29–31). Kyiv: IRIS. doi:10.59416/ROZB7764. Retrieved from https://iris-psy.org.ua/publ/CR23/CR23_005.pdf

Naydonova, L., Chunikhina, S., Naydonov, M., Yermakov, T., & Khobta, S. (2023). War Trauma Consequences in Ukraine: Well-being and PTSD Symptoms in Urban Communities. *APA Convention*, Washington, DC, 2-5 August 2023. Retrieved from <https://www.xcdsystem.com/apa/program/pBf12Ke/index.cfm?pgid=760>

Naydonova, L., Naydonov, M., & Hryhorovska, L. (2023). Representative reflexivity of war media trauma and teenagers' well-being. *International Journal of Psychology*, 58(S1: Supplement: 32nd International Congress of Psychology, 18-23 July 2021, Prague, Czech Republic). <https://doi.org/10.1002/ijop.13083>. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/ijop.13083>

Naydonova, L., Hryhorovska, L., & Naydonov, M. (2023). War media trauma

intensity and PTSD symptoms during Russia invasion in Ukraine. *European journal of Psychotraumatology*, 14(sup1: 17th biennial conference of the European Society for Traumatic Stress Studies held in Belfast, Northern Ireland, 14-17 June 2023), P. 322. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/20008066.2023.2197743>

Palgi, Y., Greenblatt-Kimron, L., Ben-Ezra, M., & Shrira, A. (2023). Trauma-related and risk factors associated with perceived exacerbation in psychological distress due to the Russo-Ukrainian war. *Psychiatry Research*, 328. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2023.115451>

Pfefferbaum, B., Newman, E., Nelson, S. D., Nitiéma, P., Pfefferbaum, R. L. & Rahman, A. (2014). Disaster Media Coverage and Psychological Outcomes: Descriptive Findings in the Extant Research. *Current Psychiatry Reports*, 16(9). <https://doi.org/10.1007/s11920-014-0464-x>

Silver, R. C., Holman, E. A., Andersen, J., Poulin, M., McIntosh, D. & Gil-Rivas, V. (2013). Mental- and physical-health effects of acute exposure to media images of the September 11, 2001, attacks and the Iraq War. *Psychological Science*, 24, 1623–1634. <https://doi.org/10.1177/0956797612460406>

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63, 221–243. <https://doi.org/10.1111/jcom.12024>

Vasterman, P., Yzermans, C. J., & Dirkzwager, A. J. E. (2015). The role of the media and media hypes in the aftermath of disasters. *Epidemiologic Reviews*, 27, 107–114. <https://doi.org/10.1093/epirev/mxi002>

References

Begic, P., Greenglass, E., Hintsala, T., Karkkola, P., & Buchwald, P. (2023). Mediation of cognitive interference on depression during the Russo-Ukrainian war in three national samples. *Journal of Health Psychology*. doi:10.1177/13591053231184065. (in English)

Castro, M., Dias, J. A., & Madeira L. (2023). Does the media (also) keep the score? Media-based exposure to the Russian-Ukrainian war and mental health in Portugal. *Journal of Health Psychology Special Issue: War, Terrorism, Genocide and Politicide*, October, 1–14. (in English)

Holman, E. A., Garfin, D. R., Silver, R. C. (2014). Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93–98. <https://doi.org/10.1073/pnas.1316265110> (in English)

Holman, E. A., Garfin, D. R., Lubens, P. & Silver, R. C. (2020). Media Exposure to Collective Trauma, Mental Health, and Functioning: Does It Matter What You See? *Clinical Psychological Science*, 8 (1), 111–124. <https://doi.org/10.1177/2167702619858300> (in English)

Holman, E. A., Silver, R. C., Poulin, M. J., Andersen, J., Gil-Rivas, V., & McIntosh, D. N. (2008). Terrorism, acute stress, and cardiovascular health: A 3-year

national study following the September 11th attacks. *Archives of General Psychiatry*, 65, 73–80. (in English)

Hopwood, T., & Schutte, N. (2017). Psychological outcomes in reaction to media exposure to disasters and large-scale violence: A meta-analysis. *Psychology of Violence*, 7, 316–327. (in English)

Houston, J. B. (2009). Media coverage of terrorism: A meta-analytic assessment of media use and posttraumatic stress. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86, 844–861. <https://doi.org/10.1177/107769900908600408> (in English)

Houston, J. B., Spialek, M. L., & First, J. (2018). Disaster media effects: A systematic review and synthesis based on the differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 68(4), 734–757. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy023> (in English)

Naydonova, L. (2023). War mental health crisis coping: evidence-based media psychoeducation. *Constructive reflection of confrontation and cooperation: psychological risks and resources of war* (pp. 29–31). Kyiv: IRIS. doi.org/10.59416/ROZB7764. Retrieved from https://iris-psy.org.ua/publ/CR23/CR23_005.pdf (in English)

Naydonova, L., Chunikhina, S., Naydonov, M., Yermakov, T., & Khobta, S. (2023). War Trauma Consequences in Ukraine: Well-being and PTSD Symptoms in Urban Communities. *APA Convention*, Washington, DC, 2-5 August 2023. Retrieved from <https://www.xcdsystem.com/apa/program/pBf12Ke/index.cfm?pgid=760> (in English)

Naydonova, L., Hryhorovska, L., & Naydonov, M. (2023). War media trauma intensity and PTSD symptoms during Russia invasion in Ukraine. *European journal of Psychotraumatology*, 14(sup1: 17th biennial conference of the European Society for Traumatic Stress Studies held in Belfast, Northern Ireland, 14-17 June 2023), P. 322. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/20008066.2023.2197743> (in English)

Naydonova, L. A., Naydonov, M. I., & Hryhorovska, L. V. (2022). Mediatrix i symptomy posttravmatychnoho stresovoho rozladu u ditei. [Media trauma and symptoms of children` post-traumatic stress disorder]. *Zhurnal suchasnoi psykholohii*, 4 (27), 56–70. Retrieved from <https://www.journalsofznu.zp.ua/index.php/psych/article/view/3064/2909> <https://doi.org/10.26661/2310-4368/2022-4> (in Ukrainian)

Naydonova, L., Naydonov, M., & Hryhorovska, L. (2023). Representative reflexivity of war media trauma and teenagers` well-being. *International Journal of Psychology*, 58(S1: Supplement: 32nd International Congress of Psychology, 18-23 July 2021, Prague, Czech Republic), P. 1023. <https://doi.org/10.1002/ijop.13083>. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/ijop.13083> (in English)

Naydonova, L. A., Naydonov, M. I., Hryhorovska, L. V., & Umerenkova, N. F. (2021). *Informatsiini povedinka i potreby vchyteliv Donetskoï i Luhanskoï oblastei Ukrainy: informatsiyni biuletën. Lystopad`2021*. [Information behavior and needs of

teachers of Donetsk and Luhansk regions of Ukraine: informational bulletin. November 2021]. Kyiv: ISPP NAPN Ukrainy. Retrieved from http://profprestige.org.ua/publ/Inf_bul_2021vd.pdf (in Ukrainian)

Palgi, Y., Greenblatt-Kimron, L., Ben-Ezra, M., & Shrira, A. (2023). Trauma-related and risk factors associated with perceived exacerbation in psychological distress due to the Russo-Ukrainian war. *Psychiatry Research*, 328. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2023.115451> (in English)

Pfefferbaum, B., Newman, E., Nelson, S. D., Nitiéma, P., Pfefferbaum, R. L. & Rahman, A. (2014). Disaster Media Coverage and Psychological Outcomes: Descriptive Findings in the Extant Research. *Current Psychiatry Reports*, 16(9). <https://doi.org/10.1007/s11920-014-0464-x> (in English)

Silver, R. C., Holman, E. A., Andersen, J., Poulin, M., McIntosh, D. & Gil-Rivas, V. (2013). Mental- and physical-health effects of acute exposure to media images of the September 11, 2001, attacks and the Iraq War. *Psychological Science*, 24, 1623–1634. <https://doi.org/10.1177/0956797612460406> (in English)

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2013). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63, 221–243. <https://doi.org/10.1111/jcom.12024> (in English)

Vasterman, P., Yzermans, C. J., & Dirkzwager, A. J. E. (2015). The role of the media and media hypes in the aftermath of disasters. *Epidemiologic Reviews*, 27, 107–114. <https://doi.org/10.1093/epirev/mxi002> (in English)