

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРЕЛІГІЙНОСТІ ТА ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	8
1.1.Релігійність особистості у психологічних теоріях	8
1.2.Феномен медіарелігійності: сутність, види та психологічні особливості	11
1.3.Медіарелігійність у контексті цифрової психології	14
1.4.Психологічні механізми впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості	18
Висновок до розділу I	21
РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІАРЕЛІГІЙНОСТІ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ	23
2.1.Організація та етапи емпіричного дослідження.....	23
2.2.Методики дослідження медіарелігійності та психоемоційного стану.....	26
2.3.Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження	35
Висновок до розділу II	52
РОЗДІЛ III. ПСИХОЛОГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ОСОБИСТОСТІ З УРАХУВАННЯМ МЕДІАРЕЛІГІЙНОСТІ	54
3.1.Медіарелігійність як психологічний ресурс адаптації в умовах війни.....	54
3.2.Психологічні рекомендації щодо використання медіарелігійного контенту.....	57
3.3.Корекційно-розвивальна програма використання медіарелігійності як психологічного ресурсу адаптації в умовах війни.....	59
3.4.Практичні напрями психологічного супроводу осіб із різним рівнем медіарелігійності	65
Висновок до розділу III.....	69
РОЗДІЛ IV. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ	71
4.1.Основні групи причин виробничого травматизму і професійні захворювання.....	71
4.2.Інформаційна безпека	74
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Актуальність дослідження. Актуальність теми дослідження зумовлена складними соціально-психологічними викликами, що постали перед українським суспільством унаслідок повномасштабної війни. Тривала військова агресія спричинила значне психоемоційне навантаження на населення, зростання рівня стресу, тривожності, депресивних переживань і емоційного виснаження, що потребує пошуку ефективних механізмів психологічної підтримки й адаптації. У цих умовах медіа відіграють надзвичайно важливу роль, формуючи не лише інформаційне поле, а й змістовне наповнення життєвого досвіду особистості, у тому числі через релігійно-духовні наративи.

Серед значущих ресурсів психологічної адаптації значну увагу привертає медіарелігійність особистості – феномен інтеграції релігійних переконань, практик та цінностей із цифровим та медіапростором, що включає соціальні мережі, онлайн-спільноти та масові інформаційні ресурси. Психологічне значення медіарелігійності як фактора, що впливає на психоемоційний стан в екстремальних умовах, починає активно досліджуватися як українськими, так і міжнародними науковцями, зокрема в аспекті сенсотворення, емоційної підтримки та формування психологічної стійкості.

Українські дослідники наприкінці 2010-х – початку 2020-х років розвивали тематику релігійності й її психологічних аспектів. Так, Н. С. Коструба здійснила ґрунтовний психологічний аналіз феномену медіарелігійності як нової форми прояву релігійної свідомості, розкриваючи її психологічні особливості та структуру як компонента духовного досвіду в сучасному медіапросторі. Раніше Н. С. Коструба також досліджувала семантичні аспекти поняття релігії в свідомості молоді через психолінгвістичний аналіз, що підкреслює вплив соціокультурного контексту на релігійне мислення.

Важливі здобутки у вивченні релігійності особистості зроблено й іншими українськими науковцями. Наприклад, Н. М. Савелюк досліджувала типи релігійної особистості, аналізуючи індивідуальні прояви внутрішньої та

зовнішньої релігійності. О. І. Кузнецов зосередив увагу на психодіагностичних інструментах для вивчення диспозиційної релігійності, що має значення для оцінки внутрішніх ресурсів особистості. Г. М. Свідерська розглядала релігійність як соціально-психологічний чинник становлення молоді, демонструючи її вплив на особистісні якості. О. І. Проць аналізував толерантність до невизначеності у осіб із різним рівнем релігійності, що важливо для розуміння реакцій на стресові ситуації.

Сучасні українські дослідження окреслюють також специфіку релігійної ідентичності в умовах війни. Зокрема, В. П. Волотовська розглядає теоретико-методологічні підходи до релігійної ідентичності українців під час російсько-української війни, акцентуючи на динамічних змінах у світогляді й ціннісних орієнтаціях. Також Я. В. Стоцький аналізував конфесійні трансформації та їхній психологічний вплив на релігійність українського суспільства у порівнянні з довоєнним періодом. У роботах Н. В. Пророк, Л. Г. Царенко і С. Т. Бойко розглядається релігія як ціннісно-смісловий ресурс у ситуації війни, що забезпечує психологічну стійкість, адаптацію і підтримку.

Міжнародні дослідження також підтверджують значущий вплив релігійних переконань і медіа на психіку в умовах стресу. Дослідження щодо медіарелігійності та стратегій копіngu молоді в Україні під час війни демонструють, що рівень медіарелігійності корелює з психологічними способами подолання негативних емоцій, що свідчить про важливість інтеграції релігійного контенту у психологічну підтримку.

Незважаючи на зростаючий інтерес до теми, недостатньо розроблено комплексний психологічний аналіз впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості саме в умовах воєнних дій, що зумовлює наукову новизну та практичну значущість обраної теми.

Метою даного дослідження є вивчення впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості в умовах війни та визначення психологічних механізмів цього впливу. Досягнення цієї мети передбачає розв'язання наступних завдань:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до релігійності та медіарелігійності особистості у психології;
2. Виявити механізми впливу медіарелігійного контенту на психоемоційний стан в умовах воєнного стресу;
3. Розробити рекомендації щодо використання медіарелігійності як ресурсу психологічної адаптації;
4. Запропонувати практичні напрями психологічної підтримки особистості з урахуванням рівня її медіарелігійності.

Об'єктом дослідження є психоемоційний стан особистості в умовах війни, а **предметом** – вплив медіарелігійності на психоемоційний стан та адаптаційні ресурси особистості.

Гіпотеза дослідження: Рівень медіарелігійності особистості суттєво впливає на її психоемоційний стан в умовах війни: особистості з високим рівнем медіарелігійності демонструють нижчий рівень тривожності, депресивних проявів та емоційного виснаження, а також вищий рівень психологічної стійкості та здатності до адаптації, порівняно з особистостями з низьким та середнім рівнем медіарелігійності.

Методи дослідження включають аналіз наукової літератури, психометричні тести оцінки психоемоційного стану, опитування щодо рівня медіарелігійності, а також статистичну обробку отриманих даних.

Таким чином, це дослідження спрямоване на поглиблення наукових знань про психологічні аспекти медіарелігійності та її функціональну роль у збереженні психоемоційної рівноваги особистості в умовах сучасних кризових обставин.

Експериментальна база дослідження. З огляду на воєнну ситуацію в Україні, обмеження безпеки та необхідність забезпечення доступності дослідження для широкого кола осіб, емпіричне дослідження здійснювалося у дистанційному форматі із застосуванням онлайн-платформи Google Forms. Використання даного інструменту дозволило забезпечити стандартизовану процедуру збору даних, мінімізувати вплив зовнішніх факторів на процес

опитування та гарантувати анонімність відповідей.

Емпіричну вибірку склали 92 респонденти, які перебували на території України в період проведення дослідження та проживали в умовах воєнного стану. Формування вибірки здійснювалося за принципом добровільної участі. До дослідження залучалися особи різного віку, статі, рівня освіти та соціального статусу, що дало змогу отримати більш репрезентативні дані щодо проявів медіарелігійності та психоемоційного стану в сучасних соціально-психологічних умовах.

Участь у дослідженні брали респонденти, які користуються медіапростором (соціальні мережі, відеоплатформи, месенджери, онлайн-сервіси) та мають досвід взаємодії з релігійним контентом у цифровому середовищі. Обмежень за конфесійною належністю не встановлювалося, що дозволило розглядати медіарелігійність як надконфесійний психологічний феномен. Дослідження проводилось з травня по листопад 2025 року.

Теоретичні та методологічні засади дослідження. Дослідження базується на інтеграції класичних і сучасних психологічних підходів:

- психоаналітичний підхід (Фрейд З., Юнг К.) – релігійність як механізм психічної компенсації та регуляції внутрішніх конфліктів; медіарелігійність виступає як форма інтеграції релігійних символів через медіа;
- гуманістичний підхід (Маслоу А., Роджерс К.) – релігія та духовність сприяють самореалізації та внутрішній гармонії; медіарелігійний контент підтримує психологічну стійкість;
- когнітивно-поведінковий підхід (Бек А., Лазарус Р., Фолкман С.) – медіарелігійність формує когнітивні схеми та ефективні стратегії копіngu;
- сучасні дослідження (Коструба Н. С., Пророк Н. В., Бойко С. Т.) підкреслюють роль цифрового медіа для психоемоційного регулювання особистості в умовах війни.

Таким чином, теоретичною основою є системна інтеграція класичних концепцій релігійності та сучасних уявлень про медіарелігійність і її вплив на психоемоційний стан. Дане дослідження дозволяє підвищити ефективність

психологічного супроводу та підтримати адаптацію особистості в умовах воєнного стресу через використання медіарелігійності як психологічного ресурсу.

Наукова новизна: уперше проведено комплексний аналіз сучасних теоретичних підходів до релігійності та медіарелігійності особистості в психології, інтегруючи класичні (психоаналітичні, гуманістичні, когнітивні) та сучасні концепції цифрового релігійного впливу на психіку. Досліджено структурні компоненти медіарелігійності та її психологічні функції в умовах кризових ситуацій, зокрема воєнного стресу; виявлено психологічні механізми впливу медіарелігійного контенту на психоемоційний стан особистості, включаючи регуляцію тривожності, депресивних проявів та емоційного виснаження, а також формування адаптаційних і копінг-ресурсів; розроблено науково обґрунтовані рекомендації щодо використання медіарелігійності як ресурсу психологічної адаптації в умовах війни. Запропоновано практичні напрями психологічної підтримки осіб із різним рівнем медіарелігійності, що дозволяє підвищити ефективність психоемоційного супроводу та зменшити негативні наслідки воєнного стресу.

Теоретична та практична значущість роботи: значущість дослідження полягає у можливості використання його результатів для розробки програм психологічної підтримки населення, впровадження корекційно-розвивальних заходів для осіб різного рівня медіарелігійності, а також інтеграції медіарелігійних ресурсів у психологічну практику в умовах кризових та воєнних ситуацій.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, чотирьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, що налічує 54 найменування та 3 додатків. Робота викладена на 87 сторінках друкованого тексту, вміщує 9 таблиць та 5 рисунків.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАРЕЛІГІЙНОСТІ ТА ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

1.1. Релігійність особистості у психологічних теоріях

Релігійність особистості є складним багатовимірним феноменом, що перебуває на перетині психології, філософії, соціології та релігієзнавства. У психологічній науці інтерес до проблеми релігійності зумовлений прагненням зрозуміти її роль у формуванні особистісної ідентичності, мотивації, системи цінностей, емоційної регуляції та адаптації людини до складних життєвих обставин. Релігійність розглядається не лише як належність до певної конфесії, а насамперед як внутрішній психологічний феномен, що відображає індивідуальний спосіб переживання віри, сенсу життя та трансцендентного досвіду.

У психології релігійність трактується як інтегративна характеристика особистості, що включає когнітивні (вірування, уявлення), емоційні (переживання, почуття), мотиваційні (цінності, смисли) та поведінкові компоненти. Такий підхід представлений у працях Г. Олпорта, Г. Айзенка, Ч. Спілбергера, К. Юнга, В. Франкла, а також у роботах українських дослідників – С. Максименка, Л. Филипович, О. Сагана, Н. Коструби [50].

Г. Олпорт одним із перших наголосив на необхідності розрізняти зовнішню (екстринсивну) та внутрішню (інтринсивну) релігійність. Зовнішня релігійність, за Г. Олпортом, використовується людиною як засіб досягнення соціальних або особистісних вигод, тоді як внутрішня релігійність є глибоко інтегрованою в структуру особистості та визначає її життєві цінності й поведінку. Ця концепція стала основою для численних подальших психологічних досліджень релігійності.

Психоаналітичні підходи до розуміння релігійності. У межах психоаналітичної традиції релігійність розглядається як форма психологічного захисту або як символічне відображення внутрішніх конфліктів. З. Фройд трактував релігію як колективну ілюзію, що виникає з потреби в захисті та подоланні екзистенційної тривоги. У праці «Майбутнє однієї ілюзії» З. Фройд розглядав релігійні вірування як своєрідну форму дитячої залежності, перенесеної на образ Бога [48].

На відміну від З. Фрейда, К. Г. Юнг надавав релігійності позитивного психологічного значення. Він розглядав її як прояв колективного несвідомого, в якому релігійні символи виконують компенсаторну та інтегративну функції. За Юнгом, релігійний досвід сприяє процесу індивідуації та психологічній цілісності особистості. Саме юнгіанський підхід значною мірою вплинув на сучасне психологічне розуміння духовності та релігійності як ресурсів психічного здоров'я [52].

Е. Фромм, поєднуючи психоаналіз і гуманістичну філософію, розрізняв авторитарну та гуманістичну релігійність. Перша ґрунтується на страху й підпорядкуванні, тоді як друга сприяє розвитку свободи, любові та відповідальності. Такий поділ має важливе значення для оцінки психологічного впливу релігійності на особистість [51].

Гуманістичні та екзистенційні теорії релігійності. У гуманістичній психології релігійність розглядається як шлях самореалізації та пошуку сенсу життя. А. Маслоу описував феномен «пікових переживань», які за своїми характеристиками близькі до містичного або релігійного досвіду. На його думку, такі переживання є природною складовою психічного розвитку зрілої особистості [47].

Особливе місце у психологічному осмисленні релігійності належить В. Франклу – засновнику логотерапії. Він розглядав релігійність як екзистенційний ресурс, що допомагає людині зберігати внутрішню свободу та смисл навіть у ситуаціях крайнього страждання. В. Франкл наголошував, що

релігійна віра не нав'язується зовні, а є результатом внутрішнього вибору особистості [44].

Екзистенційні психологи (Р. Мей, І. Ялом) також звертали увагу на релігійність як спосіб подолання екзистенційної тривоги, страху смерті та самотності. У цьому контексті релігійність виконує функцію стабілізації внутрішнього світу людини.

Когнітивні та соціально-психологічні підходи. У когнітивній психології релігійність аналізується через призму переконань, атрибуцій та когнітивних схем. А. Бек розглядав релігійні переконання як систему когнітивних конструктів, які можуть бути як адаптивними, так і дезадаптивними залежно від їхнього змісту та жорсткості [35].

Соціально-психологічний підхід представлений працями Р. Старка, Ч. Глока, П. Бергера та Т. Лукмана. Вони розглядали релігійність як соціально зумовлений феномен, що формується під впливом культурних норм, соціальних ролей і групової ідентичності. У цьому контексті релігійність сприяє соціальній інтеграції та підтримці відчуття приналежності [51].

Сучасні психологічні концепції релігійності. У сучасній психології значну увагу приділяють вивченню релігійного копіngu. К. Паргамент довів, що релігійні стратегії подолання можуть суттєво впливати на рівень тривожності, депресії та посттравматичного стресу. Позитивний релігійний копінг пов'язаний із довірою, надією та підтримкою, тоді як негативний – із почуттям провини та покарання [50].

Українські науковці (С. Максименко, Н. Коструба, Л. Филипович) наголошують на необхідності розглядати релігійність у контексті соціальних трансформацій, зокрема в умовах війни та суспільної нестабільності. Релігійність у таких умовах постає як важливий психологічний ресурс адаптації [18].

Отже, у психологічних теоріях релігійність особистості постає як багатовимірний феномен, що може виконувати як адаптивні, так і дезадаптивні функції. Психоаналітичні, гуманістичні, екзистенційні, когнітивні та соціально-

психологічні підходи доповнюють одне одного, формуючи цілісне уявлення про релігійність як важливу складову психічного життя людини. Теоретичне осмислення релігійності створює підґрунтя для її подальшого емпіричного дослідження та практичного використання у психологічному супроводі.

1.2. Феномен медіарелігійності: сутність, види та психологічні особливості

У ХХІ столітті релігія зазнає суттєвих трансформацій під впливом цифровізації, глобалізації та розвитку масових комунікацій. Одним із проявів цих змін є формування феномену медіарелігійності, який поєднує релігійний досвід із медіапростором. У науковій літературі медіарелігійність розглядається як нова форма репрезентації, переживання та трансляції релігійних смислів, що опосередковується засобами масової інформації та цифровими технологіями.

Термінологічно поняття «медіарелігійність» ґрунтується на працях дослідників релігії та медіа, зокрема С. Гувера (S. Hoover), Н. Коулда (N. Couldry), С. Х'ярварда (S. Hjarvard), які розглядали медіа як автономний соціальний інститут, що не лише передає, а й трансформує релігійний зміст. За С. Х'ярвардом, медіа дедалі частіше виконують функції, які раніше належали релігійним інституціям, зокрема формування світоглядних орієнтацій та моральних наративів [48].

У психологічному вимірі медіарелігійність постає як форма індивідуального релігійного досвіду, що реалізується через споживання, інтерпретацію та інтеріоризацію релігійного контенту в медіасередовищі. Вона не обмежується інституційною належністю, а часто має персоналізований, фрагментарний і ситуативний характер, що відповідає характеристикам постмодерної релігійності, описаної П. Бергером та Т. Лукманом [48].

Українські дослідники (Н. С. Коструба, О. Саган, Л. Филипович) підкреслюють, що медіарелігійність є відповіддю на зростання ролі

інформаційного простору в конструюванні ідентичності, особливо в умовах соціальної нестабільності та кризових подій [21].

Сучасна релігійна свідомість дедалі частіше формується поза межами традиційних релігійних практик. За даними досліджень Р. Старка і Ч. Глока, інституційна релігійність поступово поступається місцем індивідуалізованим формам віри, що проявляються у вибіркового прийнятті релігійних ідей та символів. Медіарелігійність у цьому контексті є проявом деінституціоналізації релігійного досвіду [34].

На думку М. Кастельса, медіапростір стає ключовим середовищем формування символічної реальності, у якій релігійні смисли співіснують з політичними, культурними та ідеологічними наративами. Це зумовлює гібридний характер медіарелігійності, що поєднує елементи віри, культури, психологічної підтримки та соціальної комунікації [35].

Психологічно важливим є те, що медіарелігійність часто не потребує глибокої доктринальної обізнаності, а апелює до емоцій, символів та універсальних екзистенційних тем (життя, смерті, надії, страждання). Як зазначає В. Франкл, саме смислотворчий потенціал духовності відіграє ключову роль у подоланні кризових станів, що пояснює зростання значущості медіарелігійності в умовах соціальних потрясінь [37].

У сучасній науковій літературі можна виокремити кілька основних видів медіарелігійності, які відрізняються за змістом, формами прояву та психологічними функціями.

Інституційна медіарелігійність. Цей вид пов'язаний із трансляцією офіційного релігійного контенту через медіа: онлайн-богослужіння, звернення духовних лідерів, трансляції релігійних подій. За С. Гувером, така форма зберігає зв'язок із традиційною релігійністю, але адаптується до нових комунікативних умов [4].

Персоналізована медіарелігійність. Характеризується індивідуальним добором релігійного контенту без чіткої інституційної прив'язаності. За Н. С. Кострубою, саме цей тип є найбільш поширеним у молодіжному та

середньовіковому середовищі та тісно пов'язаний із психологічними потребами особистості [18].

Символічно-культурна медіарелігійність. Цей вид проявляється у використанні релігійних символів, образів і метафор у культурному та медійному контексті без прямої апеляції до віровчення. Як зазначає Ю. Габермас, символічна релігійність може виконувати інтегративну функцію в суспільстві [7].

Компенсаторна медіарелігійність. Цей тип активізується в кризових ситуаціях (війна, пандемія, особисті втрати) та виконує функцію психологічної підтримки. За даними досліджень П. Паргамента (К. Pargament), релігійні копінг-стратегії, реалізовані через медіа, можуть знижувати рівень тривожності та стресу [47].

З психологічної точки зору медіарелігійність має низку специфічних особливостей, які відрізняють її від традиційних форм релігійності.

По-перше, для неї характерна емоційна насиченість. Медіарелігійний контент часто апелює до почуттів співпереживання, надії та захищеності, що робить його психологічно привабливим у стресових умовах.

По-друге, медіарелігійність має фрагментарний характер. Особистість вибірково інтегрує релігійні смисли у власну картину світу, що відповідає концепції «мозаїчної ідентичності», описаної З. Бауманом.

По-третє, їй притаманна ситуативність, оскільки інтенсивність звернення до релігійного контенту зростає в періоди емоційної напруги та зменшується у відносно стабільних умовах.

По-четверте, медіарелігійність тісно пов'язана з рівнем тривожності та особистісної вразливості. За результатами досліджень К. Юнга, духовні символи виконують компенсаторну функцію, сприяючи відновленню внутрішньої рівноваги.

Більшість дослідників (В. Франкл, К. Паргамент, Н. С. Коструба) сходяться на думці, що медіарелігійність може виступати важливим психологічним ресурсом адаптації, особливо в умовах криз і невизначеності. Вона сприяє

смыслотворенню, зниженню тривожності та формуванню відчуття приналежності [24].

Водночас надмірна або некритична медіарелігійність може призводити до зниження автономності особистості, формування залежності від зовнішніх джерел підтримки та уникання активного подолання труднощів. На це звертають увагу Е. Фромм та А. Бек, підкреслюючи важливість балансу між духовними та раціональними стратегіями адаптації [32].

Таким чином, феномен медіарелігійності є складним багатовимірним утворенням, що поєднує релігійні, психологічні та медіакультурні компоненти. Він відображає трансформацію релігійної свідомості в умовах цифрового суспільства та відіграє важливу роль у процесах адаптації особистості до кризових соціальних реалій. Розуміння сутності, видів і психологічних особливостей медіарелігійності створює теоретичне підґрунтя для подальших емпіричних досліджень і практичних розробок у галузі психологічного супроводу.

1.3. Медіарелігійність у контексті цифрової психології

Стрімкий розвиток цифрових технологій та поширення онлайн-комунікації зумовили суттєві зміни у функціонуванні психіки людини, трансформації її ідентичності, ціннісних орієнтацій і способів осмислення реальності. У межах цифрової психології особистість розглядається як активний суб'єкт взаємодії з цифровим середовищем, яке не лише опосередковує інформаційні процеси, а й впливає на емоційну сферу, мотивацію та духовний досвід. У цьому контексті особливої актуальності набуває феномен медіарелігійності, що формується на перетині психології релігії, медіапсихології та цифрової культури [17].

Цифрова психологія як міждисциплінарний напрям (Дж. Сулер, А. Маркхем, Ш. Теркл, Н. Карр) зосереджується на аналізі того, як цифрові

середовища трансформують сприйняття «Я», міжособистісні зв'язки та механізми емоційної регуляції. У цьому сенсі медіарелігійність можна розглядати як психологічну відповідь особистості на виклики цифрової реальності, що поєднує потребу в сенсі, стабільності та приналежності з новими формами комунікації [22].

Цифрова культура характеризується фрагментарністю, швидкістю обміну інформацією, візуалізацією та персоналізацією контенту. За З. Бауманом, сучасна людина існує в умовах «плинної модерності», де традиційні інститути втрачають стабільність, а індивід змушений самотійно конструювати власну ідентичність. У таких умовах релігійність дедалі частіше набуває медіаопосередкованих форм, що не потребують безпосередньої участі в інституційних практиках [5].

С. Х'ярвард у межах концепції медіатизації релігії наголошує, що медіа не просто транслиують релігійний зміст, а формують нові способи переживання сакрального. З психологічної точки зору це означає зміну механізмів інтеріоризації релігійних смислів: вони засвоюються через емоційно насичені образи, короткі повідомлення, відеоформати та інтерактивну взаємодію [35].

Українські дослідники (Л. Филипович, О. Саган, Н. С. Коструба) зазначають, що в умовах цифровізації та соціальних криз медіарелігійність стає важливим чинником формування духовної ідентичності, особливо серед молоді та осіб, які перебувають у ситуації соціальної нестабільності [32].

З позицій цифрової психології формування медіарелігійності відбувається через низку психологічних механізмів. Одним із ключових є механізм емоційного резонансу, описаний Дж. Сулером у контексті онлайн-поведінки. Цифровий релігійний контент часто апелює до базових емоцій – страху, надії, співчуття, що сприяє швидкому залученню особистості та формуванню відчуття психологічної підтримки [27].

Іншим важливим механізмом є ефект онлайн-дисінгібіції, за якого людина в цифровому середовищі легше виражає власні почуття та екзистенційні переживання. Це створює умови для більш відкритого переживання релігійних

почуттів, навіть у тих осіб, які в офлайн-середовищі не схильні до їх демонстрації.

Важливу роль відіграє також механізм соціальної ідентифікації, описаний Г. Таджфелом і Дж. Тернером. Через участь у віртуальних релігійних спільнотах особистість отримує відчуття приналежності та соціальної підтримки, що особливо значуще в умовах ізоляції або воєнного стресу [42].

Цифрова психологія розглядає ідентичність як динамічний, множинний конструкт, що формується у взаємодії з онлайн-середовищем (Ш. Теркл, Е. Гофман). У цьому контексті медіарелігійність стає складовою цифрової ідентичності, яка може поєднувати релігійні, культурні та особистісні елементи.

За Ш. Теркл, цифрові середовища дозволяють людині експериментувати з різними аспектами власного «Я». Медіарелігійність у цьому сенсі може виступати формою безпечного пошуку духовних смислів без жорстких зобов'язань. Психологічно це знижує рівень тривожності, пов'язаної з екзистенційними питаннями, але водночас може сприяти поверховості духовного досвіду [17].

У сучасних дослідженнях (К. Паргамент, Р. Хілл) релігійність дедалі частіше аналізується як копінг-ресурс. У цифровому контексті медіарелігійність виступає специфічною формою цифрового копіngu, що реалізується через звернення до онлайн-молитов, духовних відео, релігійних спільнот і символічного контенту [22].

Згідно з концепцією К. Паргамента, позитивний релігійний копінг пов'язаний із довірою, прийняттям і пошуком сенсу, тоді як негативний – із почуттям покарання, провини та безпорадності. У цифровому середовищі ці форми можуть посилюватися через алгоритмічну подачу контенту, що актуалізує психологічну відповідальність користувача за його вибір.

До психологічних переваг медіарелігійності дослідники (В. Франкл, К. Паргамент, Н. Коструба) відносять:

- зниження рівня тривожності;
- підтримку смислотворення;

- формування відчуття психологічної захищеності;
- компенсацію дефіциту соціальної підтримки [34].

Водночас низка авторів (Н. Карр, Ш. Теркл, А. Бек) звертають увагу на потенційні ризики, зокрема:

- поверховість духовного досвіду;
- залежність від цифрових джерел підтримки;
- зниження критичності мислення;
- підвищення вразливості до маніпулятивного контенту [38].

Таким чином, психологічний ефект медіарелігійності значною мірою визначається рівнем усвідомленості та особистісної зрілості користувача.

В українській психологічній науці проблема медіарелігійності активно розробляється в контексті війни та цифрової трансформації суспільства. Дослідники (С. Максименко, Л. Филипович, Н. Коструба) наголошують, що в умовах воєнного стресу медіарелігійність виконує не лише духовну, а й психотерапевтичну функцію, сприяючи адаптації та збереженню психологічної стійкості [41].

Цифрові релігійні практики в Україні стали важливим засобом підтримки населення, що перебуває в умовах інформаційного перевантаження та хронічної тривожності. Це робить дослідження медіарелігійності особливо значущим для практичної психології.

Отже, медіарелігійність у контексті цифрової психології постає як складний багатовимірний феномен, що поєднує особистісні, емоційні, когнітивні та соціальні аспекти психіки. Вона є продуктом цифрової культури та водночас психологічним ресурсом адаптації, смислотворення й подолання стресу. Усвідомлення її психологічних механізмів, переваг і ризиків створює теоретичне підґрунтя для подальших емпіричних досліджень і розробки корекційно-розвивальних програм у межах цифрової психології.

1.4. Психологічні механізми впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості

Медіарелігійність як феномен сучасної соціокультурної реальності вивчається на перетині психології, медіазнавства та релігієзнавства. Вона визначається як інтеграція релігійних практик та переконань у контексті медіапростору, що включає телебачення, інтернет, соціальні мережі, відео та аудіоконтент [12]. Психологічний вплив медіарелігійності на особистість проявляється через зміни у когнітивній, емоційній та поведінковій сферах, а також у способі регуляції психоемоційного стану.

Згідно з дослідженнями Кеннета Белла та Роберта Унтербауера, медіа не лише транслиують релігійні цінності, а й формують у глядачів чи читачів певні психологічні моделі реагування, що здатні знижувати тривожність, формувати адаптивні емоційні стани та впливати на соціальну поведінку [51].

Когнітивні механізми впливу медіарелігійності включають процеси сприйняття, осмислення та інтеграції релігійної інформації, представленої в медіа. За словами Пітера Вайта, регулярне споживання медіарелігійного контенту формує когнітивні скрипти, які визначають способи тлумачення життєвих подій, очікувань та моральних норм [47].

Ключові когнітивні механізми:

1. Моделювання поведінки – спостереження за релігійними моделями в медіа стимулює формування уявлень про етичні норми та соціальні ролі [44].

2. Ідентифікація з медіа-образами – особистість асимілює релігійні цінності через процеси емпатії та проекції [46].

3. Переформування когнітивних схем – медіарелігійність впливає на те, як індивід обробляє інформацію про добро, зло, сенс життя [28].

Дослідження П. Фрейзера показало, що участь у віртуальних релігійних спільнотах сприяє активізації когнітивних ресурсів особистості, що пов'язано зі здатністю до рефлексії та саморегуляції [45].

Медіарелігійність здійснює помітний вплив на емоційний стан особистості через активацію релігійних переживань та емоційної підтримки. На думку Маслача і Лейтера, медіа можуть виконувати роль «психоемоційного буфера», знижуючи рівень тривожності та емоційного виснаження [32].

Основні емоційно-мотиваційні механізми:

1. Емоційна регуляція – перегляд духовних програм або прослуховування релігійних подкастів стимулює позитивні емоції, що зменшують стрес [45].

2. Мотиваційне підкріплення – історії успішного подолання життєвих труднощів через релігійні практики підвищують впевненість у власних силах [23].

3. Відчуття трансцендентності – медіарелігійні образи та наративи дозволяють особистості переживати стан «підключення» до чогось більшого, що сприяє психоемоційному балансу [42].

Дослідження українських психологів (Коструба; Бойко) свідчать, що медіарелігійність має захисний ефект: респонденти, які активно взаємодіють з релігійним контентом, демонструють нижчий рівень тривожності та депресивних симптомів у порівнянні з тими, хто не вживає такого контенту [18].

Поведінкова сфера відображає те, як медіарелігійність впливає на конкретні дії людини. Згідно з Теорією соціального навчання Бандури, особистість наслідує поведінкові моделі, які демонструють релігійні цінності та практики через медіа [8].

До ключових механізмів відносяться:

1. Моделювання соціально прийнятної поведінки – участь у віртуальних релігійних групах стимулює допомогу іншим, участь у волонтерських проєктах [43].

2. Імплементация ритуалів – повторення побачених медіа-ритуалів (молитви, медитації, добродійність) формує стійкі поведінкові звички.

3. Соціальне підкріплення – отримання позитивного зворотного зв'язку від онлайн-спільнот зміцнює віру в особисту ефективність і підвищує психоемоційний комфорт [36].

Медіа виконують трансмісійно-інтегративну функцію, транслуючи релігійні цінності та забезпечуючи їх психологічну асиміляцію. Згідно з Беллом (2008), медіа не лише інформують, а й формують психологічне ставлення до релігії, етики та моралі.

Дослідження підкреслюють:

- Висока частота взаємодії з медіа-релігійним контентом корелює з підвищеною емоційною стабільністю [40].
- Медіа формують внутрішні когнітивно-емоційні схеми, які регулюють психоемоційний стан [42].
- Водночас надмірне споживання релігійного контенту може спричиняти когнітивне перенасичення або емоційну перевантаженість, особливо в умовах високої тривожності [53].

Інтегративний вплив медіарелігійності проявляється через взаємодію когнітивних, емоційно-мотиваційних та поведінкових механізмів. Цей вплив можна охарактеризувати як психологічну адаптацію до сучасного медіапростору, де релігійні цінності слугують стабілізуючим фактором психоемоційного стану.

Сучасні дослідження [12; 32; 52; 53] показують:

- медіарелігійність стимулює позитивну самооцінку та внутрішню гармонію;
- сприяє зниженню емоційного виснаження та підвищує мотивацію до активної соціальної діяльності;
- використовується як інструмент психологічної підтримки в стресових та кризових ситуаціях.

Психологічні механізми впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості багатогранні та комплексні. Вони охоплюють:

1. Когнітивну сферу – формування скриптів, ідентифікацію та переформування схем;
2. Емоційно-мотиваційну сферу – регуляцію емоцій, мотиваційне підкріплення та відчуття трансцендентності;

3. Поведінкову сферу – моделювання поведінки, імплементацію ритуалів, соціальне підкріплення.

Медіарелігійність виступає ефективним інструментом психологічного захисту, що дозволяє особистості знижувати рівень тривожності, формувати адаптивні поведінкові патерни та підтримувати психоемоційний баланс.

Висновок до розділу I

У першому розділі проведено теоретико-методологічний аналіз дослідження медіарелігійності як психологічного феномену, що дозволяє окреслити ключові напрями та базові положення для подальшого емпіричного вивчення.

По-перше, розглянуто релігійність особистості у контексті різних психологічних підходів: психоаналітичного, гуманістичного та когнітивного. Психоаналітичні концепції підкреслюють роль релігії у формуванні внутрішніх конфліктів і психічної структури особистості (Фрейд, Юнг), гуманістичні підходи акцентують на самореалізації та сенсотворенні через релігійний досвід (Роджерс, Маслоу), а когнітивні дослідження висвітлюють вплив релігійних переконань на способи обробки інформації та прийняття рішень (Beck). Виявлено, що релігійність виконує важливу регуляторну функцію психоемоційного стану, сприяючи стабілізації та адаптації особистості в умовах стресу.

По-друге, аналіз медіарелігійності у контексті цифрової психології показав, що медіасередовище суттєво трансформує релігійний досвід. Медіарелігійність формується через когнітивні, емоційно-мотиваційні та поведінкові компоненти, які забезпечують адаптивне реагування особистості на сучасні виклики. Психологічні функції медіарелігійності включають емоційне регулювання, мотиваційне підкріплення та сенсотворення, що робить її ефективним ресурсом психологічного самозахисту.

По-третє, у розділі було розглянуто психоемоційний стан особистості в умовах війни як предмет психологічного аналізу. Встановлено, що воєнний стрес, травматизація, тривожність, депресивні стани та емоційне виснаження значно впливають на функціонування особистості. При цьому розвиток психологічних ресурсів адаптації та резильєнтності виступає критично важливим чинником збереження психоемоційного балансу.

По-четверте, досліджено психологічні механізми впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості. Медіарелігійність виявляється ефективним копінг-ресурсом, що сприяє сенсотворенню, екзистенційній стабілізації та формуванню адаптивних поведінкових стратегій. Водночас виявлено потенційні ризики деструктивного впливу надмірного чи маніпулятивного медіарелігійного контенту.

Таким чином, проведений теоретико-методологічний аналіз дозволяє зробити висновок про багатофакторний і комплексний характер впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості. Результати розділу створюють наукову основу для подальшого емпіричного дослідження, спрямованого на визначення специфіки когнітивних, емоційних та поведінкових механізмів цього впливу в умовах сучасного медіапростору та кризових ситуацій, таких як воєнний стрес.

РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МЕДІАРЕЛІГІЙНОСТІ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Організація та етапи емпіричного дослідження

Емпіричне дослідження було спрямоване на комплексне вивчення особливостей медіарелігійності особистості та її впливу на психоемоційний стан в умовах війни. Вибір даної проблематики зумовлений актуальністю психологічного осмислення нових форм релігійного досвіду, що реалізуються через медіапростір, а також необхідністю виявлення психологічних ресурсів адаптації особистості в умовах тривалого воєнного стресу.

Дослідження проводилося з дотриманням загальноприйнятих етичних принципів психологічної науки, зокрема принципів добровільної участі, інформованої згоди, конфіденційності та анонімності. Усі респонденти були поінформовані про мету дослідження, умови участі та можливість відмови від заповнення опитувальників на будь-якому етапі без будь-яких негативних наслідків.

З огляду на воєнну ситуацію в Україні, обмеження безпеки та необхідність забезпечення доступності дослідження для широкого кола осіб, емпіричне дослідження здійснювалося у дистанційному форматі із застосуванням онлайн-платформи Google Forms. Використання даного інструменту дозволило забезпечити стандартизовану процедуру збору даних, мінімізувати вплив зовнішніх факторів на процес опитування та гарантувати анонімність відповідей.

Емпіричну вибірку склали 92 респонденти, які перебували на території України в період проведення дослідження та проживали в умовах воєнного стану. Формування вибірки здійснювалося за принципом добровільної участі. До дослідження залучалися особи різного віку, статі, рівня освіти та соціального статусу, що дало змогу отримати більш репрезентативні дані щодо проявів

медіарелігійності та психоемоційного стану в сучасних соціально-психологічних умовах.

Участь у дослідженні брали респонденти, які користуються медіапростором (соціальні мережі, відеоплатформи, месенджери, онлайн-сервіси) та мають досвід взаємодії з релігійним контентом у цифровому середовищі. Обмежень за конфесійною належністю не встановлювалося, що дозволило розглядати медіарелігійність як надконфесійний психологічний феномен (див. табл. 2.1.).

Таблиця 2.1

Характеристика вибірки дослідження (n = 92)

Показник	Категорії	Кількість осіб	%
Стать	Чоловіки	39	42,4
	Жінки	53	57,6
Вік	18–25 років	24	26,1
	26–35 років	31	33,7
	36–45 років	21	22,8
	46 років і старше	16	17,4
Рівень освіти	Середня / середня спеціальна	18	19,6
	Неповна вища	27	29,3
	Вища	47	51,1
Релігійна самоідентифікація	Віруючі	61	66,3
	Скоріше віруючі	19	20,7
	Невіруючі / вагаються	12	13,0
Частота користування медіа	Щоденно	78	84,8
	Кілька разів на тиждень	14	15,2

Примітка: відсоткові значення округлено до десятих.

Організація дослідження передбачала чітко структуровану процедуру, яка включала три взаємопов'язані етапи: підготовчий, констатувальний та аналітико-інтерпретаційний.

Підготовчий етап: на підготовчому етапі було здійснено ґрунтовний теоретичний аналіз наукових джерел з проблеми релігійності, медіарелігійності,

психології стресу та психоемоційного стану особистості в умовах війни. На основі аналізу вітчизняних і зарубіжних досліджень було уточнено понятійно-категоріальний апарат, сформульовано мету, завдання та гіпотези емпіричного дослідження.

Особливу увагу на даному етапі було приділено добору психодіагностичного інструментарію. З урахуванням мети дослідження та особливостей воєнного контексту було обрано валідні та надійні методики, придатні для дистанційного використання. Крім того, була розроблена авторська анкета «Медіарелігійність особистості», спрямована на виявлення когнітивного, емоційного, поведінкового, ціннісно-сислового компонентів медіарелігійності, а також рівня критичності та саморегуляції.

Після цього було створено електронну форму опитування у сервісі Google Forms, до якої включено інструкції, блок соціально-демографічних запитань та психодіагностичні методики.

Констатувальний етап: на констатувальному етапі здійснювався безпосередній збір емпіричних даних. Респондентам пропонувалося заповнити комплекс методик, який включав:

- авторську анкету «Медіарелігійність особистості»;
- опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби, що дозволяє оцінити специфіку взаємодії особистості з релігійним контентом у медіапросторі;
- шкалу оцінки рівня реактивної та особистісної тривожності Ч. Д. Спілбергера – Ю. Л. Ханіна, яка дає змогу визначити як ситуативні, так і особистісні прояви тривожності.

Заповнення опитувальників здійснювалося індивідуально, у зручний для респондентів час. Середня тривалість проходження опитування становила 20–25 хвилин, що не спричиняло перевантаження та зниження мотивації учасників.

Аналітико-інтерпретаційний етап: на завершальному етапі було здійснено систематизацію та статистичну обробку отриманих емпіричних даних. Результати, отримані за допомогою Google Forms, були експортовані для

подальшого аналізу. Застосовувалися методи описової статистики, кореляційного аналізу та порівняльного аналізу з метою виявлення взаємозв'язків між показниками медіарелігійності та рівнями реактивної й особистісної тривожності.

Інтерпретація результатів здійснювалася з урахуванням положень психології релігії, медіапсихології та психології стресу, що дозволило зробити обґрунтовані висновки щодо психологічної ролі медіарелігійності як ресурсу або потенційного ризику для психоемоційного стану особистості в умовах війни.

2.2. Методики дослідження медіарелігійності та психоемоційного стану

Комплексне вивчення впливу медіарелігійності на психоемоційний стан особистості в умовах війни потребує застосування валідного, надійного та методично обґрунтованого психодіагностичного інструментарію. У межах даного емпіричного дослідження було використано систему взаємодоповнювальних методик, що дозволяють всебічно проаналізувати як специфічні прояви медіарелігійності, так і особливості психоемоційного реагування особистості в умовах підвищеного стресового навантаження.

Добір методик здійснювався з урахуванням таких критеріїв:

- відповідність меті та завданням дослідження;
- наявність науково підтверджених показників валідності та надійності;
- можливість застосування в умовах дистанційного онлайн-дослідження;
- етична безпечність для респондентів в умовах воєнного стану.

Використаний діагностичний комплекс включав: авторську анкету «Медіарелігійність особистості», опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби та шкалу оцінки рівня реактивної й особистісної тривожності Ч. Д. Спілбергера – Ю. Л. Ханіна. Поєднання зазначених методик забезпечило можливість здійснення структурного, кореляційного та

порівняльного аналізу досліджуваних психологічних феноменів.

Першою, та на нашу думку, ключовою методикою дослідження стала авторська анкета «Медіарелігійність особистості», розроблена з урахуванням сучасних трансформацій релігійного досвіду в цифровому середовищі та психологічних особливостей функціонування особистості в умовах війни.

Необхідність створення авторського інструментарію зумовлена тим, що більшість класичних методик релігійності не враховують специфіку медіаопосередкованих форм релігійного досвіду, зокрема споживання онлайн-богослужінь, духовних відеозвернень, релігійного контенту в соціальних мережах, месенджерах та на цифрових платформах.

Метою анкети є виявлення рівня медіарелігійності, її структурних компонентів, а також характеру впливу медіарелігійного контенту на психоемоційний стан особистості.

Анкета складається з 20 тверджень, які оцінюються за п'ятибальною шкалою Лайкерта (від «повністю не згоден» до «повністю згоден»). Структурно методика охоплює п'ять взаємопов'язаних компонентів:

Когнітивний компонент відображає рівень усвідомлення, інтересу та пізнавальної активності особистості щодо релігійного контенту в медіапросторі. Він характеризує ступінь осмисленості взаємодії з цифровими релігійними джерелами та здатність орієнтуватися в інформаційному середовищі.

Емоційний компонент спрямований на виявлення афективної залученості особистості у медіарелігійний контент, його ролі у зниженні напруження, тривоги та страху, а також у забезпеченні емоційної підтримки в умовах війни.

Поведінковий компонент відображає частоту, регулярність та стабільність звернення до медіарелігійних практик, зокрема перегляду онлайн-богослужінь, використання релігійних застосунків і сторінок у соціальних мережах.

Ціннісно-смисловий компонент дозволяє оцінити роль медіарелігійності у формуванні життєвих смислів, підтриманні віри в майбутнє та збереженні внутрішньої стійкості особистості.

Компонент критичності та саморегуляції спрямований на виявлення

здатності особистості до усвідомленого, вибіркового та безпечного споживання релігійного контенту в медіапросторі, а також на запобігання емоційному перенавантаженню чи залежності.

Загальний бал за анкетною дозволяє визначити низький, середній або високий рівень медіарелігійності, а аналіз субшкал – побудувати індивідуальний психологічний профіль медіарелігійності.

Авторська анкета «Медіарелігійність особистості», як ми вже зазначали, складається з двадцяти тверджень, які оцінюються респондентами за п'ятибальною шкалою Лайкерта – від повної незгоди до повної згоди з поданими твердженнями. Кожному варіанту відповіді надається відповідна кількість балів від одного до п'яти. Анкета не містить інверсних тверджень, що забезпечує простоту та прозорість процедури підрахунку результатів і знижує ймовірність помилок під час обробки даних.

Після завершення анкетування здійснюється підрахунок балів за кожною з п'яти структурних складових медіарелігійності: когнітивною, емоційною, поведінковою, ціннісно-смісловою та складовою критичності й саморегуляції. Кожна з субшкал представлена чотирма твердженнями, що дозволяє отримати показники в діапазоні від чотирьох до двадцяти балів. Окремо визначається загальний інтегральний показник медіарелігійності шляхом підсумовування балів за всіма двадцятьма твердженнями анкети; його значення можуть коливатися від двадцяти до ста балів.

Інтерпретація результатів здійснюється з урахуванням рівневого підходу. Низькі значення за окремими субшкалами свідчать про слабку або фрагментарну вираженість відповідного компонента медіарелігійності, що може проявлятися у поверхневому інтересі до релігійного контенту, незначній емоційній залученості або ситуативному характері звернення до медіарелігійних практик. Середній рівень показників вказує на помірну, нестабільну сформованість компонентів медіарелігійності, які можуть активізуватися залежно від життєвих обставин, зокрема в умовах підвищеного стресу. Високі значення за субшкалами характеризують сформовану та стійку медіарелігійність, що проявляється в

усвідомленому, регулярному та емоційно значущому використанні релігійного контенту в медіапросторі.

Загальний показник медіарелігійності інтерпретується як інтегральна характеристика ролі цифрових релігійних практик у житті особистості. Низький рівень загального показника вказує на мінімальне залучення до медіарелігійного контенту та незначний вплив такого досвіду на психоемоційний стан. Середній рівень свідчить про вибіркове та переважно адаптивне використання медіарелігійності як ресурсу емоційної підтримки. Високий рівень медіарелігійності характеризує її як значущий психологічний ресурс, інтегрований у систему цінностей особистості та такий, що сприяє зниженню тривожності, збереженню внутрішньої рівноваги та формуванню почуття надії в умовах війни.

Аналіз профілю медіарелігійності з урахуванням співвідношення показників за окремими субшкалами дозволяє отримати більш глибоке уявлення про індивідуальні особливості респондентів, виявити домінуючі та недостатньо сформовані компоненти, а також здійснити подальший кореляційний аналіз із показниками психоемоційного стану, зокрема рівнем реактивної та особистісної тривожності.

Наступною методикою у нашому дослідженні, з метою підвищення наукової обґрунтованості результатів та перевірки конвергентної валідності авторської методики було застосовано опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО), розроблений Н. С. Кострубою.

Дана методика спрямована на дослідження інтенсивності, спрямованості та мотивації взаємодії особистості з релігійним контентом у медіапросторі. Вона дозволяє розглядати медіарелігійність як психологічний феномен, що формується на перетині релігійної свідомості, медіакультури та індивідуального досвіду.

ОМРО охоплює такі аспекти:

- частоту споживання релігійного контенту в цифрових медіа;
- домінуючі мотиви звернення до медіарелігійних джерел;

- емоційну значущість медіарелігійного контенту;
- ступінь його інтегрованості у повсякденне життя.

Методика складається з низки тверджень, що оцінюються за шкалою інтенсивності, та дозволяє визначити загальний рівень медіарелігійності, а також виявити тенденції до адаптивного або потенційно дезадаптивного використання релігійного медіаконтенту.

Використання ОМРО у даному дослідженні виконує функцію методичної перевірки та забезпечує можливість зіставлення результатів з авторською анкетною, що підвищує достовірність отриманих емпіричних висновків.

Обробка результатів опитувальника медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби здійснюється шляхом кількісного підрахунку балів, отриманих респондентами за всіма твердженнями методики. Кожне твердження оцінюється за шкалою інтенсивності, що відображає ступінь згоди респондента з поданим висловлюванням. Чим вищий бал, тим більш вираженою є відповідна характеристика медіарелігійності.

Після заповнення опитувальника обчислюється сумарний показник, який відображає загальний рівень медіарелігійності особистості. Отриманий інтегральний бал дозволяє визначити ступінь залученості респондента до релігійного контенту в медіапросторі, а також психологічну значущість медіарелігійних практик у його житті.

Інтерпретація результатів ґрунтується на рівневому підході. Низький рівень медіарелігійності характеризує осіб, для яких звернення до релігійного контенту в медіапросторі є рідкісним, ситуативним або поверхневим. У таких респондентів медіарелігійні практики, як правило, не відіграють помітної ролі у регуляції емоційного стану чи формуванні життєвих орієнтацій. Релігійний медіаконтент сприймається радше як загальноінформаційний або культурний, без глибокого особистісного залучення.

Середній рівень медіарелігійності свідчить про помірну та вибіркочну інтеграцію релігійного медіаконтенту в повсякденне життя особистості. Для таких респондентів характерне звернення до цифрових релігійних ресурсів у

ситуаціях підвищеної емоційної напруги, тривоги або невизначеності, зокрема в умовах війни. Медіарелігійність у цьому випадку виконує переважно адаптивну функцію, сприяючи тимчасовому зниженню психоемоційного напруження та підтриманню почуття надії.

Високий рівень медіарелігійності відображає стійку, внутрішньо значущу та інтегровану форму взаємодії з релігійним контентом у медіапросторі. У респондентів з високими показниками медіарелігійні практики є регулярними, емоційно насиченими та тісно пов'язаними з особистісними цінностями й життєвими смислами. Медіарелігійність у цьому випадку виступає важливим психологічним ресурсом, що сприяє саморегуляції, подоланню тривоги, збереженню внутрішньої рівноваги та екзистенційної стійкості в умовах тривалого стресу.

У процесі інтерпретації результатів доцільно враховувати не лише загальний бал, а й якісний характер відповідей респондентів, зокрема домінуючі мотиви звернення до медіарелігійного контенту, емоційну насиченість такого досвіду та його роль у повсякденному функціонуванні особистості. Такий підхід дозволяє розглядати медіарелігійність не як одновимірний показник, а як багатовимірний психологічний феномен, тісно пов'язаний з особливостями психоемоційного стану.

Застосування ОМРО у межах даного дослідження створило можливість здійснити кореляційний аналіз між рівнем медіарелігійності та показниками реактивної й особистісної тривожності, що є особливо важливим для вивчення психологічних механізмів адаптації особистості в умовах війни.

Третьою нашою методикою для дослідження психоемоційного стану респондентів була застосована шкала оцінки рівня реактивної та особистісної тривожності Ч. Д. Спілбергера – Ю. Л. Ханіна, яка є однією з найбільш валідних і поширених методик у психології емоційних станів та стресу.

Методика дозволяє диференціювати:

- реактивну (ситуативну) тривожність, що відображає актуальний емоційний стан особистості в конкретний момент часу;

- особистісну тривожність, яка характеризує стійку індивідуальну схильність до переживання тривоги як риси особистості.

Опитувальник містить 40 тверджень, по 20 для кожної шкали. Респонденти оцінюють інтенсивність переживань за чотирибальною шкалою. За результатами підрахунку визначаються кількісні показники, які інтерпретуються як низький, середній або високий рівень тривожності.

Використання даної методики є особливо актуальним в умовах війни, оскільки вона дозволяє зафіксувати як ситуативні реакції на стресові події, так і більш глибокі особистісні характеристики, що можуть модифікувати вплив медіарелігійності на психоемоційний стан.

Шкала Спілбергера – Ханіна є стандартизованим психодіагностичним інструментом, що дозволяє оцінити, як ми вже зазначали, два ключові аспекти тривожності особистості: особистісну тривожність, яка відображає стабільну схильність індивіда до відчуття тривоги, та реактивну (ситуативну) тривожність, що характеризує рівень тривожних переживань у конкретний момент часу або в певних стресових ситуаціях. Вона широко застосовується у психологічних дослідженнях для оцінки психоемоційного стану та вивчення механізмів адаптації особистості в умовах стресу, включаючи воєнні ситуації.

Шкала складається з 40 тверджень, з яких половина відноситься до особистісної тривожності, а інша половина – до реактивної тривожності. Кожне твердження оцінюється респондентом у двох варіантах: у звичайних умовах (для особистісної тривожності) та у конкретній ситуації «на даний момент» (для реактивної тривожності). Варіанти відповіді передбачають два можливих значення: «так» або «ні». За деякими твердженнями передбачена інверсія оцінки, що враховується при підрахунку балів.

Опитування проводилося дистанційно за допомогою онлайн-платформи Google Forms. Перед заповненням респондентам надавалася інструкція, що пояснювала суть шкали та акцентувала на необхідності щирих відповідей: слід відповідати так, як відчуваєте на даний момент, не намагаючись давати «правильні» відповіді. Час заповнення шкали становив у середньому 10–12

ХВИЛИН.

Під час онлайн-заповнення респондент відповідав на кожне твердження двічі: перший раз оцінюючи, наскільки воно характерне для нього взагалі (особистісна тривожність), і другий раз – наскільки воно відображає його стан «зараз, у даній ситуації» (реактивна тривожність).

Для кожної шкали (особистісної та реактивної) підраховується сумарна кількість балів. За кожену відповідь, що вказує на прояв тривожності, нараховується один бал. У випадку інверсних тверджень бали нараховуються у зворотному порядку. Сума балів для кожної шкали може коливатися від 20 до 60 балів, оскільки кожна шкала містить по 20 питань.

Рівні тривожності визначаються таким чином:

- Низький рівень: 20–30 балів.
- Середній рівень: 31–44 бали.
- Високий рівень: 45–60 балів.

Слід зазначити, що ці інтервали є орієнтовними та можуть коригуватися залежно від вікової та соціальної групи респондентів.

Особистісна тривожність відображає стабільну схильність індивіда до переживання тривоги. Низький рівень особистісної тривожності свідчить про відносно спокійний, стійкий емоційний стан, здатність ефективно адаптуватися до стресових ситуацій та регулювати власні емоції. Середній рівень вказує на помірну емоційну чутливість, у якій прояви тривоги можуть виникати періодично, особливо у стресових або непередбачуваних ситуаціях. Високий рівень особистісної тривожності характеризує стійку схильність до відчуття тривоги, підвищену емоційну чутливість та потенційне порушення адаптивних механізмів поведінки.

Реактивна тривожність відображає ситуативний стан тривожності, що виникає у відповідь на конкретні обставини. Низький рівень реактивної тривожності свідчить про здатність особистості зберігати спокій у поточній ситуації та швидко відновлювати емоційну рівновагу. Середній рівень вказує на тимчасові прояви занепокоєння, підвищеної емоційної напруженості або

тривожності у конкретній ситуації. Високий рівень реактивної тривожності свідчить про сильні ситуативні переживання, підвищену нервозність, втрату контролю над емоціями та необхідність підтримки або психологічної корекції.

Інтерпретація результатів повинна враховувати співвідношення показників особистісної та реактивної тривожності. Наприклад, поєднання високої особистісної тривожності з низькою реактивною може свідчити про стабільну, але керовану тривожність, яка рідко проявляється у повсякденному житті. Навпаки, поєднання високої реактивної та особистісної тривожності вказує на сильну психологічну вразливість та підвищену схильність до стресових реакцій, що особливо актуально в умовах війни.

Шкала Спілбергера – Ханіна у поєднанні з методиками оцінки медіарелігійності дозволяє комплексно оцінити вплив медіарелігійного досвіду на психоемоційний стан особистості та взаємозв'язок між релігійною активністю в медіапросторі та рівнем тривожності.

Поєднання авторської анкети, опитувальника ОМРО та шкали тривожності Спілбергера – Ханіна забезпечує комплексний підхід до дослідження, що дозволяє розглядати медіарелігійність не ізольовано, а у взаємозв'язку з психоемоційними проявами особистості.

Такий підхід дає можливість:

- здійснити кореляційний аналіз між рівнем медіарелігійності та тривожністю;
- виявити психологічну роль медіарелігійності як ресурсу або чинника ризику;
- перевірити висунуті гіпотези щодо буферної функції медіарелігійності в умовах війни.

Усі методики були адаптовані до дистанційного формату та реалізовані за допомогою онлайн-платформи Google Forms. Респондентам надавалася чітка інструкція щодо заповнення опитувальників, що забезпечувало стандартизованість процедури.

Онлайн-формат дозволив мінімізувати зовнішні впливи, забезпечити

психологічний комфорт учасників та підвищити достовірність відповідей, що є особливо важливим в умовах воєнного стану.

Таким чином, використаний комплекс психодіагностичних методик забезпечив науково обґрунтоване, етичне та методично коректне дослідження медіарелігійності та психоемоційного стану особистості в умовах війни, створивши надійну основу для подальшого аналізу та інтерпретації результатів.

2.3. Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження

Емпіричне дослідження спрямоване на виявлення специфіки медіарелігійності особистості та її впливу на психоемоційний стан у сучасних умовах війни. Вибірка складалася з активних користувачів медіапростору віком від 18 до 55 років.

Було обстежено 92 респонденти, використано три методики: авторська анкета «Медіарелігійність особистості», опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби та шкала оцінки рівня реактивної та особистісної тривожності Ч. Д. Спілбергера – Ю. Л. Ханіна. Дослідження проводилося дистанційно через Google Forms, що забезпечило конфіденційність та мінімальний вплив зовнішніх факторів на результати.

Першими подаємо результати авторської анкети «Медіарелігійність особистості», які представлені в таблиці 2.2. Застосування даної анкети було спрямоване на комплексне вивчення рівня сформованості медіарелігійності як багатовимірного психологічного феномену, що включає когнітивний, емоційний, поведінковий, ціннісно-смысловий та саморегуляційний компоненти. Авторська анкета дала змогу виявити не лише загальний рівень медіарелігійності респондентів, але й специфіку її структурних складників, що є особливо важливим у контексті аналізу психоемоційного стану особистості в умовах війни.

Отримані результати дозволяють розглянути медіарелігійність як

потенційний ресурс психологічної адаптації, що використовується респондентами для подолання стресу, зниження тривожності та відновлення внутрішньої рівноваги. В умовах воєнної реальності цифрові релігійні медіа стають доступним і соціально прийнятним каналом духовної та емоційної підтримки, що зумовлює актуальність аналізу їх впливу на особистість.

Таблиця 2.2.

**Розподіл респондентів за компонентами авторської анкети
«Медіарелігійність особистості» (n = 92)**

Компонент медіарелігійності	Рівень	Кількість осіб	Відсоток, %
Когнітивний	Низький	17	18,5
	Середній	51	55,4
	Високий	24	26,1
Емоційний	Низький	21	22,8
	Середній	49	53,3
	Високий	22	23,9
Поведінковий	Низький	15	16,3
	Середній	52	56,5
	Високий	25	27,2
Ціннісно-смиловий	Низький	18	19,6
	Середній	50	54,3
	Високий	24	26,1
Саморегуляційний (критичний)	Низький	20	21,7
	Середній	49	53,3
	Високий	23	25,0

Проведемо аналіз отриманих результатів: когнітивний компонент відображає рівень усвідомлення, розуміння та осмислення релігійного контенту, отриманого через медіапростір. Як показують результати, понад половина респондентів (55,4%) мають середній рівень когнітивного компонента. Це свідчить про те, що більшість учасників дослідження володіють базовими уявленнями про релігійні смисли, символи та ідеї, які транслюються через цифрові медіа, однак не завжди здійснюють їх глибоку рефлексію.

Високий рівень когнітивного компонента (26,1%) характерний для респондентів, які свідомо аналізують медіарелігійний контент, критично

осмислюють релігійні повідомлення та інтегрують їх у власну картину світу. У контексті війни такі особи демонструють більшу психологічну зрілість та здатність знаходити смисли навіть у кризових обставинах.

Низький рівень (18,5%) вказує на поверхнєве сприйняття або формальне ознайомлення з медіарелігійною інформацією без її глибокого осмислення, що знижує потенціал цього ресурсу як механізму психологічної підтримки.

Емоційний компонент відображає силу та глибину емоційних переживань, які виникають у процесі взаємодії з медіарелігійним контентом. Дані свідчать, що 53,3% респондентів мають середній рівень емоційного компонента, що означає помірний емоційний відгук: релігійний контент може викликати заспокоєння, надію або відчуття підтримки, проте ці переживання не завжди є стійкими.

Високий рівень емоційного компонента (23,9%) характерний для осіб, які глибоко емоційно залучені до медіарелігійності. Для них цифрові релігійні ресурси стають джерелом емоційної стабілізації, внутрішнього спокою та психологічної підтримки, особливо в умовах війни, втрати або невизначеності.

Низький рівень (22,8%) свідчить про слабкий емоційний зв'язок із медіарелігійним контентом. Такі респонденти можуть сприймати релігійні повідомлення радше інформаційно, ніж емоційно, що знижує їхній вплив на психоемоційний стан.

Поведінковий компонент характеризує частоту та активність взаємодії особистості з медіарелігійним контентом (перегляд відео, участь у трансляціях, читання, коментування). Результати демонструють, що найбільша частка респондентів (56,5%) має середній рівень поведінкового компонента, що вказує на регулярне, але не надмірне використання медіарелігійних ресурсів.

Високий рівень поведінкового компонента (27,2%) свідчить про систематичну та активну участь у медіарелігійних практиках. Для цих осіб медіарелігійність є важливим елементом повсякденного життя і виступає одним із провідних механізмів психологічної адаптації.

Низький рівень (16,3%) характерний для респондентів, які звертаються до

релігійного медіаконтенту епізодично або випадково, що обмежує його потенціал як ресурсу психоемоційної підтримки.

Ціннісно-смысловий компонент відображає ступінь інтеграції релігійних смислів і цінностей у життєві орієнтири особистості. Дані показують, що 54,3% респондентів мають середній рівень цього компонента, що свідчить про часткове використання медіарелігійних смислів для осмислення власного життя та подій війни.

Високий рівень (26,1%) демонструють респонденти, для яких медіарелігійність є важливим джерелом життєвих смислів, моральних орієнтирів та екзистенційної підтримки. У кризових умовах вони здатні краще зберігати внутрішню цілісність і надію.

Низький рівень (19,6%) вказує на слабкий зв'язок між медіарелігійним контентом і системою особистісних цінностей, що знижує його значущість для психологічної адаптації.

Саморегуляційний компонент відображає здатність особистості свідомо використовувати медіарелігійність для зниження тривожності, стабілізації емоційного стану та відновлення психологічної рівноваги. Середній рівень (53,3%) свідчить про наявність базових навичок емоційної саморегуляції, які використовуються переважно у стресових ситуаціях.

Високий рівень (25,0%) характерний для респондентів, які цілеспрямовано застосовують медіарелігійні практики як ефективний психологічний ресурс. Такі особи демонструють кращу адаптацію до умов війни та нижчі показники тривожності.

Низький рівень (21,7%) вказує на труднощі у використанні медіарелігійності для саморегуляції, що може супроводжуватися підвищеною емоційною напруженістю.

Отримані результати свідчать, що авторська анкета «Медіарелігійність особистості» виявила переважання середнього рівня сформованості всіх компонентів, що характеризує медіарелігійність як помірно інтегрований, але значущий психологічний ресурс. Найбільш вираженим є поведінковий

компонент, тоді як емоційний і саморегуляційний потребують подальшого розвитку для підвищення ефективності психологічної адаптації в умовах війни.

Інтерпретація авторської анкети базується на інтегральних балах, розрахованих для кожного респондента, які поділяються на три рівні медіарелігійності: низький, середній та високий.

Таблиця 2.3.

Розподіл загальних рівнів медіарелігійності за авторською анкетой (n=92)

Рівень	Кількість респондентів	Відсоток, %	Психологічна характеристика
Низький	15	16,3	Респонденти рідко звертаються до релігійного контенту, використовують його ситуативно, без глибокого емоційного залучення. Медіарелігійність не відіграє значущої ролі в регуляції емоційного стану.
Середній	52	56,5	Помірна інтеграція медіарелігійного контенту у щоденне життя. Використовується переважно для тимчасової психологічної підтримки у стресових ситуаціях.
Високий	25	27,2	Регулярне і усвідомлене використання релігійного контенту для самопідтримки та регуляції емоційного стану. Медіарелігійність виступає як стабілізуючий ресурс.

Як бачимо, аналіз інтегральних показників авторської анкети показав, що переважна більшість респондентів (56,5%) мають середній рівень медіарелігійності, що свідчить про помірну інтеграцію релігійного медіаконтенту в повсякденне життя. Така інтеграція характеризується регулярним, але не надмірним зверненням до медіарелігійних ресурсів. Респонденти, які належать до цієї групи, зазвичай використовують релігійні медіа для тимчасової психологічної підтримки, особливо у періоди підвищеної тривожності або стресу. Вони можуть відчувати емоційне полегшення після перегляду духовних відео, прослуховування медіапроповідей або читання тематичних матеріалів, але не сприймають цей досвід як основний життєвий

ресурс.

Високий рівень медіарелігійності (27,2% респондентів) демонструє стійке та усвідомлене залучення до цифрового релігійного контенту. Такі особистості активно використовують медіарелігійність для саморегуляції емоцій, підтримки внутрішнього спокою, формування життєвих смислів і цінностей. В умовах війни ця група респондентів, як правило, проявляє більш стійку психоемоційну стабільність, знижену реактивну тривожність та здатність до свідомого емоційного контролю. Вони більш відкриті до духовного саморозвитку та інтеграції медіарелігійного досвіду у повсякденне життя, що виступає важливим механізмом адаптації.

Низький рівень медіарелігійності (16,3%) свідчить про мінімальне залучення до цифрового релігійного контенту. Респонденти цієї групи звертаються до медіарелігійності рідко, здебільшого в ситуативних обставинах або за зовнішнім стимулом. Для них медіарелігійність не є ресурсом емоційного або смислового саморегулювання, і вона мало впливає на психоемоційний стан у стресових ситуаціях. У таких респондентів спостерігаються вищі показники реактивної тривожності у порівнянні з особами, які активно використовують медіарелігійність, що вказує на обмежені можливості саморегуляції.

Для кращої наочності ми відобразили результати загального рівня медіарелігійності на рисунку 2.1.

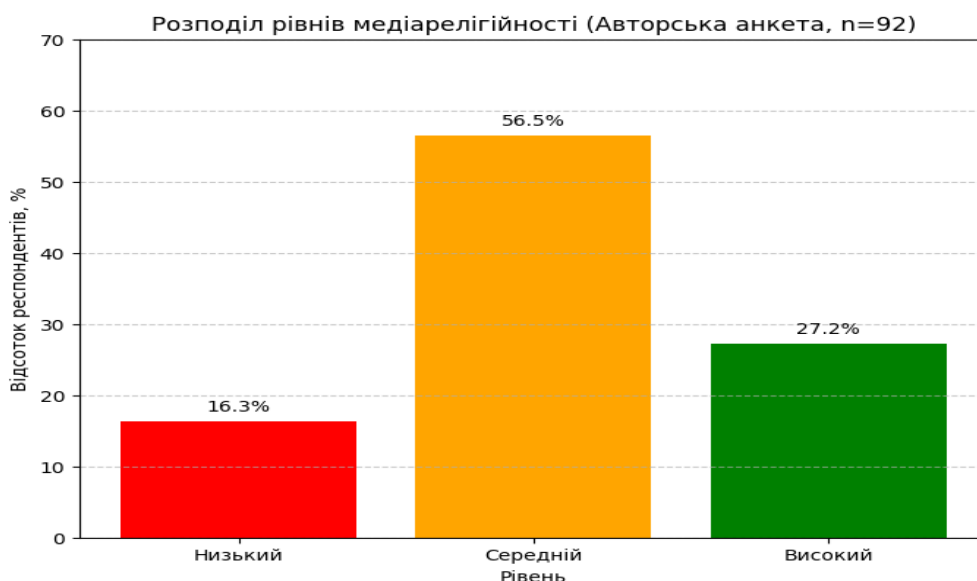


Рис. 2.1. Розподіл загальних рівнів медіарелігійності

Як бачимо з рисунка 2.1. найбільша група респондентів має середній рівень медіарелігійності, що свідчить про помірну роль цифрового релігійного контенту у повсякденному житті. Високий рівень медіарелігійності (27,2%) демонструє стійку залученість і використання медіарелігійності як механізму психоемоційної підтримки, тоді як низький рівень (16,3%) відображає ситуативне або поверхнєве залучення до релігійного контенту.

Наступними репрезентуємо результати отримані за методикою опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби (див. табл. 2.4.).

Таблиця 2.4.

Розподіл респондентів за шкалами опитувальника медіарелігійності особистості (ОМРО, Н. С. Коструби) та загальним показником медіарелігійності (n = 92)

Шкала	Рівень	Кількість осіб	Відсоток, %
Емоційно-мотиваційна (релігійної орієнтації)	Низький	21	22,8
	Середній	49	53,3
	Високий	22	23,9
Поведінкова (медіарелігійна активність)	Низький	15	16,3
	Середній	53	57,6
	Високий	24	26,1
Когнітивна (осмисленість релігійності)	Низький	18	19,6
	Середній	50	54,3
	Високий	24	26,1
Загальна медіарелігійність особистості	Низький	17	18,5
	Середній	52	56,5
	Високий	23	25,0

Примітка. Загальний показник медіарелігійності визначався за формулою:

Медіарелігійність особистості = Емоційно-мотиваційна шкала + Поведінкова шкала + Когнітивна шкала.

Проведемо детальний аналіз отриманих результатів за даною методикою.

Емоційно-мотиваційна шкала (релігійної орієнтації) відображає внутрішню релігійну орієнтацію особистості, рівень її емоційної залученості та

мотивації до звернення за духовною підтримкою через медіарелігійний контент. Як видно з таблиці 2.4, переважна більшість респондентів (52,2%) демонструє середній рівень емоційно-мотиваційної медіарелігійності. Це свідчить про те, що релігійний медіаконтент для цих осіб є значущим, але використовується переважно ситуативно – у періоди підвищеної тривоги, емоційної напруги або кризових переживань, зумовлених умовами війни.

Високий рівень емоційно-мотиваційної орієнтації (23,9%) характерний для респондентів, у яких медіарелігійність виконує функцію глибокої емоційної підтримки та внутрішньої опори. Такі особи схильні сприймати релігійні медіаповідомлення як джерело надії, смислу та духовного заспокоєння, що позитивно впливає на їхній психоемоційний стан.

Разом із тим, 23,9% опитаних мають низький рівень цієї шкали, що свідчить про слабку мотиваційну значущість релігійного медіаконтенту та обмежений емоційний відгук на нього.

Поведінкова шкала (медіарелігійна активність) відображає реальну активність особистості у взаємодії з релігійним медіапростором: частоту перегляду релігійних матеріалів, участь в онлайн-богослужіннях, підписку на духовні канали, сторінки або спільноти. Згідно з отриманими даними, 57,6% респондентів мають середній рівень медіарелігійної активності, що вказує на регулярне, але не надмірне використання цифрових релігійних ресурсів.

Високий рівень поведінкової активності (26,1%) характерний для осіб, для яких медіарелігійність стала стійкою частиною повсякденного життя. В умовах війни така активність виконує компенсаторну та стабілізаційну функції, сприяючи зниженню емоційної напруги та відчуття невизначеності.

Низький рівень (16,3%) свідчить про епізодичне або випадкове звернення до медіарелігійного контенту, що не має системного впливу на психологічний стан особистості.

Когнітивна шкала (осмисленість релігійності) ОМРО характеризує ступінь осмислення релігійних ідей, здатність до їх інтерпретації та інтеграції у власну картину світу. Результати показують, що 54,3% респондентів мають середній

рівень когнітивної медіарелігійності, що свідчить про часткове усвідомлення релігійних смислів без глибокої теологічної або філософської рефлексії.

Високий рівень осмисленості релігійності (26,1%) притаманний особам, які здатні критично аналізувати релігійний контент, співвідносити його з власним досвідом та використовувати як інструмент осмислення травматичних подій війни.

Низький рівень (19,6%) вказує на поверхнєве сприйняття релігійних повідомлень, яке не трансформується у стабільні світоглядні орієнтири.

Для кращої наочності ми відобразили отримані результати на рисунку 2.2.

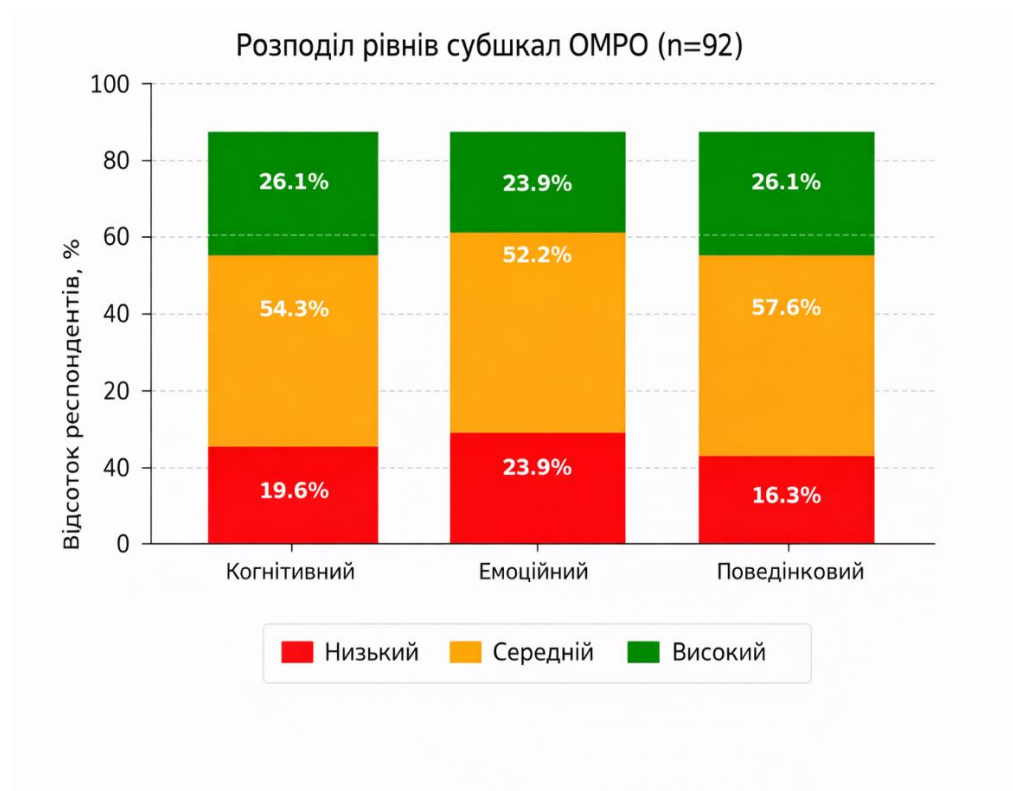


Рис. 2.2. Розподіл рівнів субшкал медіарелігійності

Загальний показник медіарелігійності було визначено за формулою:

Медіарелігійність особистості = Емоційно-мотиваційна шкала + Поведінкова шкала + Когнітивна шкала.

Для кращої наочності загального показника медіарелігійності отримані результати ми відобразили на рисунку 2.3.

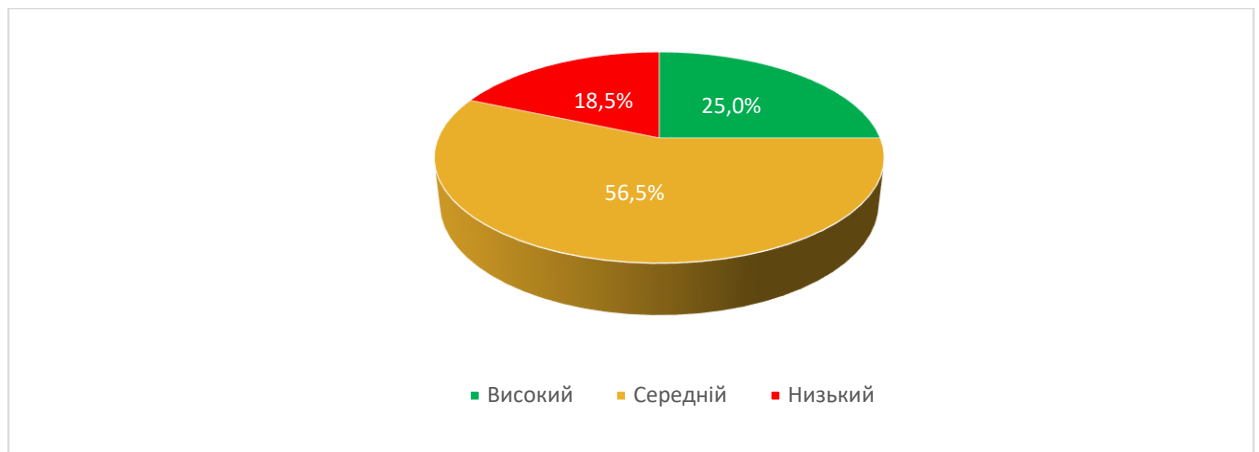


Рис. 2.3. Загальний показник медіарелігійності

Як бачимо з рисунка інтегральний аналіз засвідчив, що більшість респондентів (56,5%) мають середній рівень загальної медіарелігійності, що характеризується помірною інтеграцією релігійного медіаконтенту в емоційну, поведінкову та когнітивну сфери особистості.

Високий рівень загальної медіарелігійності (25,0%) притаманний особам, у яких медіарелігійність виступає важливим ресурсом психологічної адаптації, смислотворення та емоційної стабілізації в умовах війни.

Низький рівень (18,5%) свідчить про обмежений вплив медіарелігійних практик на психоемоційний стан та механізми саморегуляції.

Отримані результати підтверджують, що медіарелігійність особистості має структурований характер і проявляється через взаємодію емоційно-мотиваційних, поведінкових та когнітивних компонентів. Домінування середнього рівня за всіма шкалами вказує на адаптивну, але не надмірну роль медіарелігійності у психоемоційному функціонуванні особистості в умовах воєнного стресу.

Наступними пропонуємо розглянути результати отримані за методикою шкала реактивної та особистісної тривожності (Спілбергера–Ханіна).

Методика є надійним засобом самооцінки рівня тривожності як у конкретний момент часу (реактивна тривожність, що відображає стан), так і як стабільної особистісної характеристики (особистісна тривожність). Вона була розроблена Ч.Д. Спілбергером та адаптована Ю.Л. Ханіним.

За Ю.Л. Ханіним, реактивна (ситуативна) тривожність виникає як відповідь людини на різні стресові фактори, переважно соціально-психологічного характеру, наприклад: очікування негативної оцінки, агресивної реакції, сприйняття несприятливого ставлення до себе або загрози власній самоповазі та соціальному престижу.

Особистісна тривожність, як риса або диспозиція, відображає індивідуальні особливості сприйняття таких стресових впливів. Вона демонструє стійку схильність людини відчувати загрозу для свого «Я» в різних ситуаціях і реагувати на неї підвищенням рівня реактивної тривожності. Рівень особистісної тривожності також відображає минулий досвід людини, тобто частоту виникнення ситуативної тривожності (див. табл. 2.5.; 2.6.).

Таблиця 2.5.

Особистісна тривожність (n=92)

Рівень	Кількість	%	Інтерпретація
Низький	28	30,4	Стійка психоемоційна стабільність; здатність адекватно реагувати на стресові ситуації.
Середній	44	47,8	Помірна схильність до тривожності; здатність регулювати емоції за допомогою внутрішніх ресурсів та зовнішніх стратегій.
Високий	20	21,7	Підвищена особистісна тривожність; потреба у додаткових механізмах саморегуляції.

Згідно з отриманими даними, більшість респондентів демонструють середній рівень особистісної тривожності (47,8%), що свідчить про наявність помірних хвилювань, які рідко перешкоджають повсякденній діяльності. Низький рівень спостерігається у 30,4% респондентів, що характеризує їх як емоційно врівноважених і впевнених у собі. Водночас високий рівень особистісної тривожності зафіксовано у 21,7% опитаних, що вказує на підвищену схильність до переживань і підвищену емоційну чутливість.

Реактивна (ситуативна) тривожність (n=92)

Рівень	Кількість	%	Інтерпретація
Низький	25	27,2	Тимчасова стресова реакція низької інтенсивності; респонденти швидко відновлюють емоційний баланс.
Середній	46	50,0	Помірна реактивна тривожність; респонденти відчують тривогу у стресових ситуаціях, але здатні її контролювати.
Високий	21	22,8	Виражена ситуативна тривожність; значні емоційні навантаження у стресових ситуаціях, що потребує підтримки.

Щодо реактивної тривожності, більшість респондентів також належить до середнього рівня (50%), тобто їхні хвилювання проявляються переважно у стресових ситуаціях, проте вони здатні контролювати свої емоції. Низький рівень спостерігається у 27,2% респондентів, що свідчить про рідкісні стресові реакції, а високий рівень зафіксовано у 22,8%, що вказує на виражену тривожність під впливом зовнішніх факторів. Для кращої наочності ми відобразили отримані результати на рисунку 2.4.

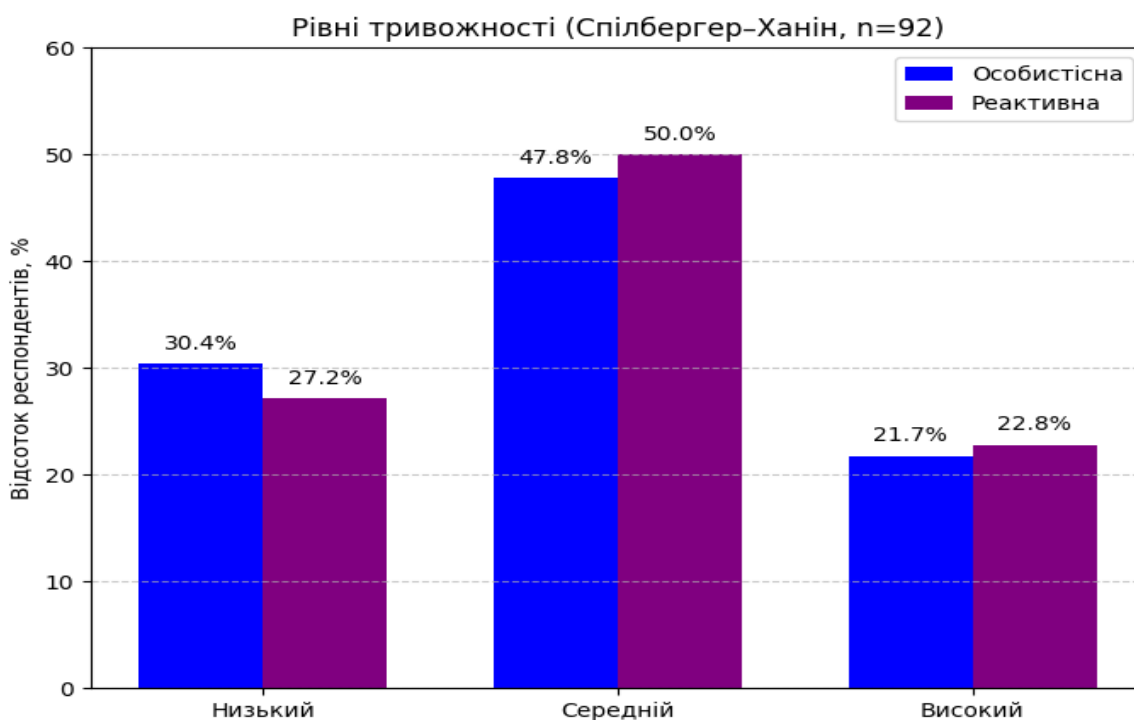


Рис. 2.4. Рівні тривожності за методикою шкали реактивної та особистісної тривожності (Спілбергера-Ханіна)

Аналіз результатів показує, що в обох шкалах домінує середній рівень тривожності. Так, середній рівень особистісної тривожності зафіксовано у 47,8% опитаних, тоді як середній рівень реактивної тривожності спостерігається у 50,0% респондентів. Це свідчить про те, що для більшості досліджуваних характерна помірна тривожність, яка проявляється у стресових ситуаціях, але не має дезадаптивного характеру.

Низький рівень особистісної тривожності виявлено у 30,4% осіб, а низький рівень реактивної тривожності – у 27,2% респондентів. Такі показники вказують на достатню емоційну врівноваженість та стресостійкість значної частини вибірки.

Водночас високий рівень особистісної тривожності зафіксовано у 21,7% опитаних, а високий рівень реактивної тривожності – у 22,8% респондентів. Це свідчить про наявність групи осіб із підвищеною схильністю до переживань та інтенсивних емоційних реакцій у стресових умовах.

Загалом результати демонструють переважання середнього рівня як особистісної, так і реактивної тривожності, що вказує на відносну емоційну стабільність більшості респондентів, водночас актуалізуючи потребу в психологічній підтримці для групи з високими показниками тривожності.

Таким чином, результати опитування свідчать про переважання помірного рівня тривожності серед респондентів, що дозволяє говорити про здатність більшості опитаних контролювати свої емоції та адаптуватися до стресових ситуацій. Водночас група з високим рівнем тривожності потребує уваги у вигляді психологічної підтримки або тренінгів зі стрес-менеджменту.

Для комплексної оцінки психологічних особливостей було використано три методики: авторську анкету «Медіарелігійність особистості», опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби та шкалу оцінки рівня реактивної й особистісної тривожності Ч. Д. Спілбергера – Ю. Л. Ханіна.

У дослідженні взяли участь 92 респонденти, обстеження яких проводилося дистанційно за допомогою сервісу Google Forms, що забезпечило конфіденційність відповідей та мінімізувало вплив зовнішніх факторів на

результати (див. табл. 2.7.).

Таблиця 2.7.

Зведена таблиця підсумкових результатів дослідження (n = 92)

Методика	Шкала / показник	Низький рівень, %	Середній рівень, %	Високий рівень, %
Авторська анкета «Медіарелігійність особистості»	Загальний рівень медіарелігійності	18,5	56,5	25,0
Опитувальник медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби	Загальний показник медіарелігійності	20,7	54,3	25,0
Шкала Спілбергера–Ханіна	Особистісна тривожність	30,4	47,8	21,7
	Реактивна тривожність	27,2	50,0	22,8

Зведені результати проведеного дослідження свідчать що медіарелігійність у сучасному інформаційному просторі виступає помірно ефективним психологічним ресурсом, який інтегрується в систему особистісних орієнтацій більшості респондентів без набуття крайніх або дезадаптивних форм.

Згідно з даними авторської анкети «Медіарелігійність особистості» та опитувальника медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби, у понад половини опитаних 52 особи та 50 осіб (56,5% та 54,3% відповідно) зафіксовано середній рівень медіарелігійності. Це свідчить про те, що релігійний медіаконтент використовується респондентами як додаткове джерело смислів, моральної підтримки та емоційної стабілізації, не витісняючи інших способів осмислення реальності.

Водночас високий рівень медіарелігійності, виявлений приблизно у чверті респондентів 23 особи (25,0%), може розглядатися як показник її вираженої суб'єктивної ефективності. Для цієї групи осіб медіарелігійність виконує функції емоційної регуляції, зниження внутрішньої напруги та формування почуття психологічної захищеності, особливо в умовах соціальної нестабільності та невизначеності. Саме в цій групі медіарелігійність, імовірно, виступає важливим

механізмом подолання стресу.

Наявність низького рівня медіарелігійності у близько 20% респондентів (19 осіб) свідчить, що для частини опитаних релігійний контент у медіасередовищі не має істотного психологічного значення. У даному випадку ефективність медіарелігійності є обмеженою, а регуляція емоційного стану здійснюється за рахунок інших ресурсів – соціальної підтримки, особистісних стратегій подолання або альтернативних світоглядних орієнтацій.

Аналіз показників тривожності за шкалами Спілбергера–Ханіна дозволяє опосередковано оцінити ефективність медіарелігійності як психологічного ресурсу. Переважання середнього рівня реактивної та особистісної тривожності (47,8% та 50,0%) свідчить про загалом задовільний рівень емоційної регуляції в досліджуваній вибірці, що відповідає типовим адаптивним реакціям у сучасних умовах війни. Високий рівень тривожності у 22–23% респондентів може свідчити про підвищену психологічну вразливість та необхідність підтримки. Низький рівень тривожності свідчить про здатність до саморегуляції та стабільність психоемоційного стану. Водночас відсутність масового поширення високих рівнів тривожності може вказувати на те, що медіарелігійність у поєднанні з іншими психологічними чинниками сприяє збереженню емоційної рівноваги.

Таким чином, за результатами дослідження медіарелігійність можна розглядати як умовно ефективний інструмент психологічної підтримки, який виконує адаптаційну, компенсаторну та смислотворчу функції. Її ефективність проявляється насамперед у здатності знижувати суб'єктивну напруженість, підтримувати почуття внутрішньої стабільності та сприяти осмисленню життєвих подій у складних соціально-психологічних умовах.

Водночас результати вказують на необхідність балансованого використання медіарелігійного контенту, оскільки його надмірна інтенсивність може призводити до звуження альтернативних стратегій подолання труднощів. Перспективним напрямом подальших досліджень є аналіз кореляційних зв'язків між рівнем медіарелігійності та показниками психологічного благополуччя,

зокрема тривожності та стресостійкості. Наявність помітної частки осіб із високими показниками тривожності та медіарелігійності підкреслює актуальність подальшого аналізу взаємозв'язків між цими психологічними характеристиками.

Для визначення впливу медіарелігійності на психоемоційний стан було проведено кореляційний аналіз між інтегральними балами авторської анкети та ОМРО і показниками тривожності (див. табл. 2.8.).

Таблиця 2.8.

Кореляційний аналіз медіарелігійності та тривожності (r, n=92)

Показники	Особистісна тривожність	Реактивна тривожність
Інтегральний бал медіарелігійності	-0,28*	-0,41**
ОМРО (середнє по субшкалах)	-0,31*	-0,38**

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Як бачимо з таблиці 2.8. спостерігається статистично значимий негативний зв'язок між рівнем медіарелігійності та показниками тривожності. Це свідчить, що висока медіарелігійність асоціюється зі зниженням реактивної та особистісної тривожності, тобто використання цифрового релігійного контенту може виступати ефективним ресурсом психологічної саморегуляції.

Аналіз поєднання медіарелігійності та тривожності дозволив виділити наступні типи психологічних профілів які ми представили у таблиці 2.9.

Поєднання високої медіарелігійності з низьким або середнім рівнем тривожності підтверджує гіпотезу про психологічний ресурс медіарелігійності. Респонденти з низьким рівнем медіарелігійності та високою тривожністю потребують додаткової підтримки та навчання технік саморегуляції. Середній рівень медіарелігійності переважає у більшості, що говорить про потенційні можливості її підвищення для зниження тривожності.

Таблиця 2.9.

Розподіл респондентів за профілями медіарелігійність/тривожність (n=92)

Профіль	К-сть респондентів	%	Характеристика
Середня медіарелігійність + середня тривожність	42	45,7%	Помірна інтеграція медіарелігійності та адаптивна тривожність; використання медіа для регуляції емоцій.
Висока медіарелігійність + низька/середня тривожність	23	25,0%	Ефективне використання медіарелігійного ресурсу для саморегуляції та стабілізації психоемоційного стану.
Низька медіарелігійність + висока тривожність	12	13,0%	Підвищена психологічна вразливість; низька інтеграція медіарелігійності як ресурсу підтримки.
Інші комбінації	15	16,3%	Різні рівні інтеграції медіарелігійності та тривожності, проміжні профілі.

Ці профілі демонструють, що медіарелігійність є важливим ресурсом психологічної адаптації. Висока медіарелігійність забезпечує емоційний баланс, зниження тривожності та формування внутрішньої стабільності, тоді як низька медіарелігійність може бути фактором ризику у стресових ситуаціях.

Коротко підсумуємо отримані результати експериментального дослідження:

1. Медіарелігійність переважно середня, що відображає помірну інтеграцію релігійного контенту у життя респондентів.
2. Поведінковий компонент медіарелігійності найбільш виражений, емоційний – найнижчий.
3. Середній рівень тривожності домінує у вибірці; високий рівень спостерігається у близько чверті респондентів.
4. Виявлено негативний кореляційний зв'язок між медіарелігійністю та тривожністю, що підтверджує гіпотезу про роль медіарелігійності як ресурсу

психологічної підтримки.

5. Дані свідчать про можливість використання медіарелігійного контенту для зниження психоемоційної напруги та підвищення психологічної стійкості у воєнних умовах.

Висновок до розділу II

У другому розділі кваліфікаційної роботи магістра було представлено результати емпіричного дослідження особливостей медіарелігійності та тривожності особистості. Дослідження здійснювалося з використанням трьох психодіагностичних методик: авторської анкети «Медіарелігійність особистості», опитувальника медіарелігійності особистості (ОМРО) Н. С. Коструби та шкали оцінки рівня реактивної й особистісної тривожності Ч. Д. Спілбергера – Ю. Л. Ханіна. Вибірку склали 92 респонденти, а дистанційний формат проведення дослідження через сервіс Google Forms забезпечив конфіденційність відповідей та мінімізацію впливу зовнішніх чинників.

Отримані результати свідчать про переважання середнього рівня медіарелігійності у більшості респондентів за обома методиками її оцінювання. Це вказує на помірну інтегрованість релігійного контенту в медіапростір досліджуваних, а також на використання медіарелігійності як додаткового ресурсу осмислення реальності та емоційної підтримки без домінування над іншими світоглядними орієнтаціями. Водночас у близько чверті респондентів виявлено високий рівень медіарелігійності, що свідчить про її значущу роль у структурі їхніх ціннісних та інформаційних орієнтацій.

Аналіз показників реактивної та особистісної тривожності показав, що для більшості опитаних також характерний середній рівень тривожності, який відображає відносно задовільний стан емоційної регуляції та адаптації до стресових ситуацій. Разом із тим виявлено групу респондентів із високими

показниками як реактивної, так і особистісної тривожності, що може свідчити про підвищену чутливість до стресових впливів і потребу в додаткових психологічних ресурсах підтримки.

Узагальнення результатів трьох методик дозволило зробити висновок про умовну ефективність медіарелігійності як психологічного ресурсу, що сприяє емоційній стабілізації та зниженню суб'єктивного рівня напруження. Водночас ефективність медіарелігійності має індивідуально зумовлений характер і залежить від рівня її інтегрованості в особистісну структуру, а також від наявності альтернативних стратегій подолання стресу.

Таким чином, результати емпіричного дослідження підтверджують доцільність подальшого аналізу взаємозв'язків між показниками медіарелігійності та тривожності, що й зумовлює логічний перехід до наступного етапу дослідження, присвяченого поглибленому аналізу отриманих даних та формулюванню практичних рекомендацій.

РОЗДІЛ III. ПСИХОЛОГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ОСОБИСТОСТІ З УРАХУВАННЯМ МЕДІАРЕЛІГІЙНОСТІ

3.1. Медіарелігійність як психологічний ресурс адаптації в умовах війни

Війна як екстремальна соціально-психологічна подія радикально трансформує умови життєдіяльності особистості, порушує звичні механізми адаптації та актуалізує потребу в додаткових психологічних ресурсах. Постійна загроза безпеці, невизначеність майбутнього, втрати, вимушені переміщення, інформаційне перенавантаження та хронічний стрес формують середовище, у якому традиційні копінг-стратегії виявляються недостатніми. За таких умов особливого значення набувають символічні, смислотворчі та духовні ресурси, серед яких важливе місце посідає медіарелігійність.

Медіарелігійність у сучасному розумінні постає як форма опосередкованого переживання релігійного досвіду через медіапростір – цифрові платформи, соціальні мережі, онлайн-богослужіння, відеозвернення духовних лідерів, релігійні спільноти у месенджерах та тематичний контент. В умовах війни, коли безпосередній доступ до традиційних релігійних інституцій часто ускладнений або неможливий, саме медіасередовище стає ключовим каналом духовної підтримки та збереження почуття приналежності [21].

З психологічної точки зору медіарелігійність виконує насамперед адаптаційну функцію, оскільки сприяє відновленню внутрішньої рівноваги та стабільності в ситуації тривалого стресу. Релігійні смисли, представлені в медійному форматі, допомагають людині структурувати травматичний досвід, надати йому екзистенційного значення та знизити рівень хаотичного емоційного реагування. Війна, яка часто сприймається як несправедлива і неконтрольована подія, через релігійну інтерпретацію може осмислюватися як випробування,

шлях духовного зростання або форма колективного страждання, що має вищий сенс.

Однією з ключових функцій медіарелігійності в умовах війни є смислотворча функція. Людина, перебуваючи в умовах постійної загрози, стикається з кризою базових переконань – уявлень про безпеку світу, справедливість, передбачуваність майбутнього. Медіарелігійний контент, звертаючись до універсальних категорій віри, надії, жертовності та любові, сприяє реконструкції цілісної картини світу та підтримує здатність особистості знаходити сенс навіть у травматичних подіях [32].

Не менш важливою є емоційно-регулятивна функція медіарелігійності. Релігійні тексти, молитви, духовні звернення, поширювані через медіа, виконують роль своєрідних емоційних стабілізаторів. Вони сприяють зниженню рівня тривожності, страху та безпорадності, а також формують відчуття психологічної захищеності. У цьому контексті медіарелігійність може розглядатися як специфічна форма копінг-поведінки, орієнтованої на внутрішні ресурси особистості.

В умовах війни медіарелігійність також виконує компенсаторну функцію, частково замінюючи дефіцит соціальної підтримки. Через участь у віртуальних релігійних спільнотах особистість отримує можливість емоційного контакту, співпереживання та відчуття єдності з іншими. Це особливо важливо для осіб, які перебувають у вимушеній ізоляції, евакуації або втратили звичні соціальні зв'язки. Відчуття «ми», яке формується через спільні релігійні практики в онлайн-просторі, сприяє зниженню суб'єктивного відчуття самотності та соціальної дезадаптації.

З позицій психології стресу медіарелігійність може розглядатися як ресурс резильєнтності, що підтримує здатність особистості адаптуватися та відновлюватися після травматичних подій. Віра в вищий сенс подій, переконання у наявності морального порядку та трансцендентної підтримки сприяють формуванню оптимістичніших очікувань і підвищують толерантність до невизначеності. Це, у свою чергу, знижує ризик розвитку дезадаптивних форм

реагування, таких як хронічна тривожність, емоційне виснаження чи відчуття повної безнадійності [37].

Разом із тим ефективність медіарелігійності як психологічного ресурсу не є універсальною та залежить від індивідуальних особливостей особистості. Зокрема, значення мають рівень особистісної тривожності, попередній релігійний досвід, сформованість критичного мислення та загальний рівень психологічної зрілості. Для осіб із помірним рівнем медіарелігійності вона виступає додатковим ресурсом адаптації, тоді як надмірна зосередженість на релігійному медіаконтенті може призводити до звуження інших стратегій подолання стресу.

Важливо також враховувати інформаційний контекст війни, у якому медіарелігійність формується та реалізується. Поєднання релігійного дискурсу з воєнною риторикою може як посилювати мобілізаційний потенціал особистості, так і спричиняти додаткову емоційну напругу. Тому психологічна ефективність медіарелігійності значною мірою залежить від змісту медіаповідомлень, їхнього гуманістичного спрямування та орієнтації на підтримку, а не на загострення страхів [40].

У контексті проведеного емпіричного дослідження медіарелігійність проявила себе як умовно ефективний адаптаційний ресурс, що корелює з переважанням середнього рівня тривожності у вибірці. Це дозволяє розглядати її як фактор, що сприяє збереженню психологічної рівноваги в умовах тривалого стресу, але не виступає єдиним або самодостатнім механізмом адаптації.

Отже, медіарелігійність у період війни постає як багатовимірне психологічне явище, яке поєднує смислотворчі, емоційно-регулятивні, компенсаторні та адаптаційні функції. Її значення полягає не лише у підтримці індивідуального психологічного благополуччя, а й у формуванні колективної стійкості та збереженні моральних орієнтирів суспільства в умовах екстремальних викликів.

3.2. Психологічні рекомендації щодо використання медіарелігійного контенту

Результати теоретичного аналізу та емпіричного дослідження свідчать, що медіарелігійний контент може виконувати роль важливого психологічного ресурсу адаптації в умовах війни, за умови його усвідомленого, дозованого та критично осмисленого використання. Водночас неконтрольоване або надмірне споживання релігійного медіаконтенту здатне втрачати адаптаційний потенціал і навіть посилювати тривожність. У зв'язку з цим актуалізується потреба у формуванні психологічно обґрунтованих рекомендацій щодо його використання.

Загальні принципи використання медіарелігійного контенту.

Першим і базовим принципом є *усвідомленість*. Особистості доцільно розуміти, з якою метою вона звертається до релігійного контенту: для емоційного заспокоєння, пошуку смислу, підтримки віри або відчуття єдності з іншими. Усвідомлене споживання дозволяє уникнути хаотичного перегляду контенту, що може призводити до інформаційного перенавантаження.

Другим принципом є *дозованість*. Навіть позитивно забарвлений медіарелігійний контент у надмірній кількості може викликати емоційне виснаження або залежність. Рекомендовано обмежувати час взаємодії з таким контентом, інтегруючи його у щоденний розпорядок як підтримувальний, але не домінуючий елемент.

Третім принципом є *критичність та вибірковість сприйняття*. В умовах війни релігійні наративи можуть поєднуватися з маніпулятивними або тривожними повідомленнями. Тому важливо розрізняти контент, спрямований на підтримку, і контент, що підсилює страх, провини або безнадійність [38].

Рекомендації для осіб із різним рівнем тривожності.

Для осіб із *низьким рівнем тривожності* медіарелігійний контент може використовуватися як додаткове джерело смислової підтримки та морального

орієнтиру. У цьому випадку рекомендовано зосереджуватися на контенті, який підсилює цінності надії, вдячності, взаємодопомоги та відповідальності.

Для осіб із *середнім рівнем тривожності*, який домінує у вибірці дослідження, медіарелігійність може бути ефективним засобом емоційної регуляції. Рекомендовано:

- надавати перевагу стабілізуючому контенту (молитви, духовні роздуми, підтримувальні звернення);
- уникати апокаліптичних або надмірно емоційно насичених повідомлень;
- поєднувати медіарелігійні практики з іншими адаптаційними стратегіями (соціальна підтримка, фізична активність, психологічна саморегуляція).

Для осіб із *високим рівнем тривожності* важливо використовувати медіарелігійний контент з особливою обережністю. Рекомендовано уникати контенту, що акцентує увагу на покаранні, провині або фатальності подій. Натомість доцільно зосереджуватися на повідомленнях, які формують відчуття безпеки, прийняття та співчуття. У таких випадках медіарелігійність має поєднуватися з професійною психологічною допомогою.

Рекомендації щодо змісту медіарелігійного контенту.

Психологічно доцільним є використання контенту, який:

- сприяє осмисленню переживань, а не їх запереченню;
- підтримує надію без ілюзій, визнаючи складність реальності;
- підкреслює цінність людського життя, солідарності та взаємної підтримки;
- спрямований на внутрішню стабілізацію, а не на емоційне збудження.

Небажаним є контент, що:

- драматизує події та посилює відчуття катастрофічності;
- формує почуття колективної або особистої провини;
- використовує релігійну риторику для виправдання насильства або ненависті.

Рекомендації для психологів та фахівців допомагаючих професій.

Фахівцям, які працюють із населенням в умовах війни, доцільно:

- враховувати рівень медіарелігійності клієнта як можливий ресурс адаптації;
- не нав'язувати релігійний контекст, але бути відкритими до його обговорення;
- допомагати клієнтам усвідомлювати власні реакції на медіарелігійний контент;
- сприяти формуванню індивідуально адекватних стратегій використання духовних ресурсів.

Психологічний супровід має бути спрямований не на оцінювання релігійності, а на підтримку адаптаційного потенціалу особистості та збереження її автономії.

Отже, медіарелігійний контент може виступати ефективним психологічним ресурсом за умови його усвідомленого, дозованого та критичного використання. Він здатний підтримувати емоційну рівновагу, сприяти смислотворенню та зниженню тривожності в умовах війни. Водночас його ефективність залежить від індивідуальних особливостей особистості, рівня тривожності та якості самого контенту. Запропоновані рекомендації можуть бути використані як у практичній діяльності психологів, так і для саморегуляції осіб, що переживають тривалий стрес у воєнний період.

3.3. Корекційно-розвивальна програма використання медіарелігійності як психологічного ресурсу адаптації в умовах війни

З урахуванням результатів теоретичного аналізу та емпіричного дослідження, представлених у попередніх розділах, було розроблено корекційно-розвивальну програму, спрямовану на актуалізацію адаптаційного потенціалу медіарелігійності та зниження рівня тривожності особистості в умовах війни.

Програма орієнтована на використання медіарелігійного контенту як допоміжного психологічного ресурсу, що сприяє емоційній стабілізації, смислотворенню та розвитку резильєнтності.

Мета програми – сприяти психологічній адаптації особистості в умовах воєнного стресу шляхом формування усвідомленого, дозованого та психологічно безпечного використання медіарелігійного контенту.

Основні завдання програми:

- знизити рівень реактивної та особистісної тривожності;
- сформувати навички емоційної саморегуляції;
- сприяти усвідомленню власних духовних і смислових ресурсів;
- навчити критичному та вибіркового споживанню медіарелігійного контенту;
- підвищити рівень психологічної стійкості та адаптації.

Теоретико-методологічні засади програми складають такі підходи:

- ресурсний підхід (розгляд духовності як внутрішнього ресурсу);
- когнітивно-поведінковий підхід (робота з тривожними переконаннями);
- екзистенційний підхід (пошук смислу в кризових умовах);
- психоосвітній підхід (формування усвідомленого ставлення до медіаконтенту).

Методологічною основою програми є уявлення про медіарелігійність як медіатор між особистістю та травматичною реальністю, що дозволяє знижувати рівень дезадаптації без формування залежності.

Програма може бути адаптована для таких груп:

- внутрішньо переміщені особи;
- військовослужбовці та ветерани;
- цивільне населення, яке переживає хронічний воєнний стрес;
- молодь та дорослі з підвищеним рівнем тривожності.

Форма роботи: групова або індивідуальна.

Тривалість програми: 6–8 занять по 60–90 хвилин (див. рис. 3.1.).

Корекційно-розвивальна програма

Використання медіарелігійності як психологічного ресурсу адаптації в умовах війни



Мета

Психологічна адаптація в умовах воєнного стресу



Тривалість

6-8 занять по 60-90 хвилин



Формат

Групова або індивідуальна робота



01

Психоосвіта та формування усвідомленості

МЕТА МОДУЛЯ

Сформувати розуміння впливу війни, медіа та релігійного контенту на психіку

Детальніше >



02

Емоційна стабілізація та саморегуляція

МЕТА МОДУЛЯ

Зниження рівня реактивної тривожності

Детальніше >



03

Смислотворення та внутрішні ресурси

МЕТА МОДУЛЯ

Активізація екзистенційних ресурсів особистості

Детальніше >



04

Критичне сприйняття медіарелігійного контенту

МЕТА МОДУЛЯ

Запобігання дезадаптивному впливу медіа

Детальніше >



05

Соціальна підтримка та спільнота

МЕТА МОДУЛЯ

Зменшення почуття ізоляції

Детальніше >



06

Інтеграція та завершення

МЕТА МОДУЛЯ

Закріплення результатів програми

Детальніше >

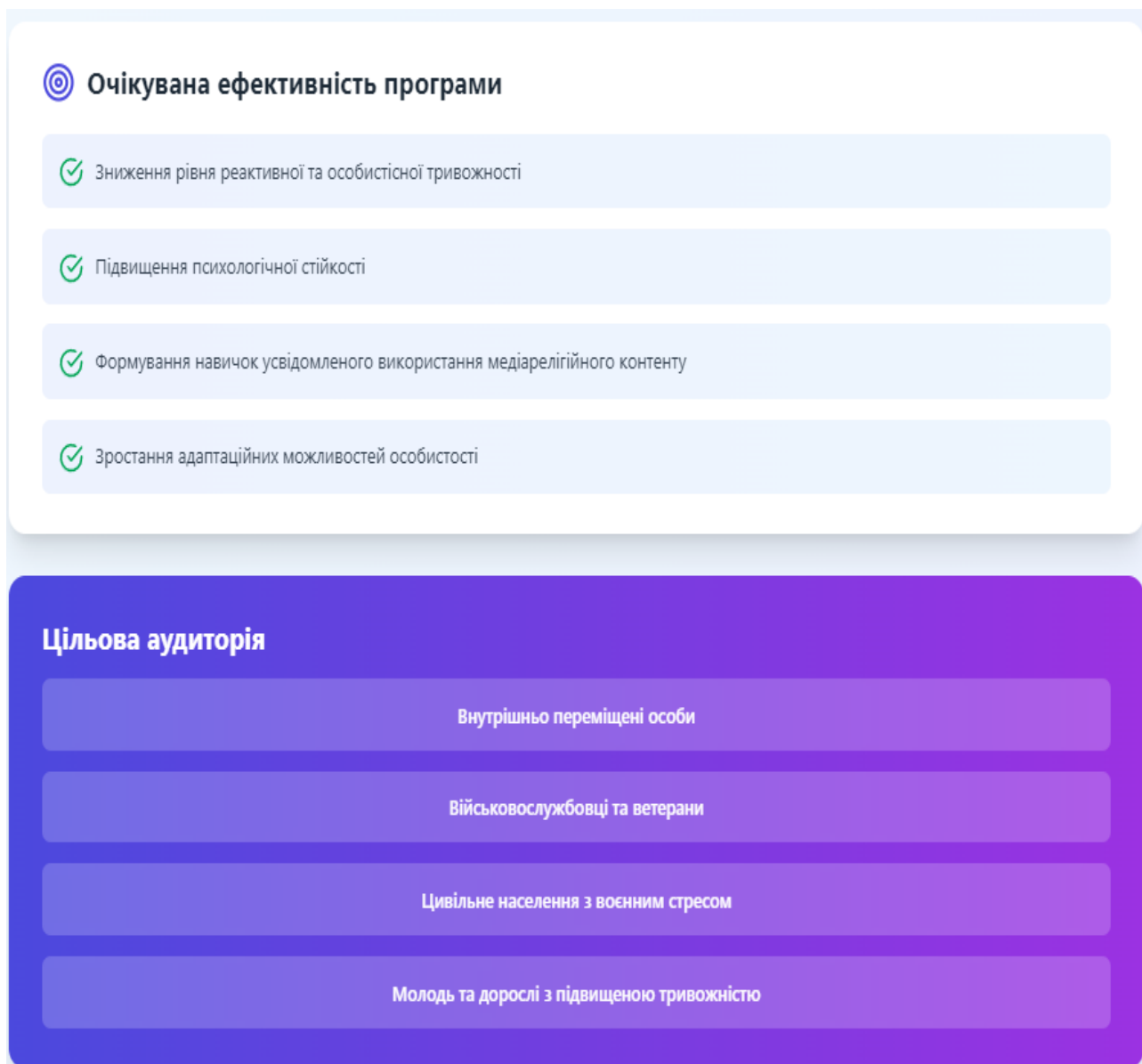


Рис. 3.1. Корекційно-розвивальна програма використання медіарелігійності як психологічного ресурсу адаптації в умовах війни

Структура корекційно-розвивальної програми.

Модуль 1. Психосвіта та формування усвідомленості.

Мета: сформувати розуміння впливу війни, медіа та релігійного контенту на психіку.

Зміст:

- психосвітня бесіда про стрес і тривожність;
- обговорення ролі медіарелігійності в житті учасників;
- вправа «Мій інформаційний простір».

Очікуваний результат: підвищення рівня усвідомленості та зниження хаотичного споживання контенту.

Модуль 2. Емоційна стабілізація та саморегуляція

Мета: зниження рівня реактивної тривожності.

Зміст:

- техніки дихання та тілесної регуляції;
- використання медіарелігійних текстів як стабілізуючого ресурсу;
- вправа «Слова підтримки».

Очікуваний результат: зменшення емоційної напруги, формування навичок самозаспокоєння.

Модуль 3. Смыслотворення та внутрішні ресурси

Мета: активізація екзистенційних ресурсів особистості.

Зміст:

- робота з питаннями сенсу та цінностей;
- аналіз медіарелігійних повідомлень гуманістичного змісту;
- вправа «Що мене тримає».

Очікуваний результат: підвищення відчуття внутрішньої опори та життєстійкості.

Модуль 4. Критичне сприйняття медіарелігійного контенту

Мета: запобігання дезадаптивному впливу медіа.

Зміст:

- аналіз позитивного й токсичного релігійного контенту;
- навчання навичкам критичного мислення;
- вправа «Фільтр інформації».

Очікуваний результат: формування безпечних стратегій взаємодії з медіапростором.

Модуль 5. Соціальна підтримка та спільнота

Мета: зменшення почуття ізоляції.

Зміст:

- групові обговорення;

- медіарелігійні спільноти як ресурс підтримки;
- вправа «Ми разом».

Очікуваний результат: посилення відчуття приналежності та соціальної включеності.

Модуль 6. Інтеграція та завершення

Мета: закріплення результатів програми.

Зміст:

- рефлексія змін;
- індивідуальний план підтримки;
- підсумкове обговорення.

Очікуваний результат: стабілізація емоційного стану та готовність до самостійного використання ресурсів.

Очікувана ефективність програми, очікується:

- зниження рівня реактивної та особистісної тривожності;
- підвищення психологічної стійкості;
- формування навичок усвідомленого використання медіарелігійного контенту;
- зростання адаптаційних можливостей особистості.

Запропонована корекційно-розвивальна програма є практично орієнтованою моделлю психологічної підтримки в умовах війни та може бути використана у роботі психологів, соціальних працівників і фахівців допомагаючих професій.

3.4. Практичні напрями психологічного супроводу осіб із різним рівнем медіарелігійності

Сучасні умови воєнного часу висувають підвищені вимоги до системи психологічного супроводу населення, зокрема з урахуванням індивідуальних ресурсів адаптації особистості. Одним із таких ресурсів, як показали результати

теоретичного аналізу та емпіричного дослідження, є медіарелігійність, яка може виконувати як підтримувальну, так і потенційно дезадаптивну функцію залежно від рівня її вираженості та способу інтеграції в особистісну структуру. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває диференційований підхід до психологічного супроводу осіб із різним рівнем медіарелігійності [28].

Психологічний супровід у даному контексті розглядається як системна, цілеспрямована діяльність, спрямована на підтримку психологічного благополуччя, зниження рівня тривожності, розвиток адаптаційних механізмів і формування стійких стратегій подолання стресу. Важливою умовою ефективності такого супроводу є врахування індивідуального ставлення особистості до релігійного медіаконтенту, її життєвого досвіду, рівня тривожності та актуальних потреб.

Загальні принципи психологічного супроводу з урахуванням медіарелігійності. Незалежно від рівня медіарелігійності, психологічний супровід має ґрунтуватися на принципах добровільності, недирективності, поваги до світоглядних переконань клієнта та професійної нейтральності фахівця. Психолог не має на меті змінювати релігійні переконання особистості або нав'язувати певні інтерпретації, а виступає фасилітатором процесу усвідомлення внутрішніх ресурсів і меж їх ефективного використання.

Важливим є також принцип інтегративності, що передбачає поєднання роботи з медіарелігійністю з іншими напрямками психологічної підтримки: розвитком навичок емоційної саморегуляції, когнітивної реструктуризації, соціальної підтримки та тілесної стабілізації. Медіарелігійність у цьому випадку розглядається не як ізольований феномен, а як складова ширшої системи адаптаційних ресурсів [16].

Психологічний супровід осіб із низьким рівнем медіарелігійності. Особи з низьким рівнем медіарелігійності, за результатами дослідження, становлять помітну частку вибірки та характеризуються відсутністю стійкого інтересу до релігійного контенту в медіапросторі. Для них релігійні смисли не є провідним джерелом психологічної підтримки, а адаптація до стресових умов здійснюється

за рахунок інших ресурсів – раціонального осмислення подій, соціальної взаємодії, професійної діяльності або особистісної автономії.

Психологічний супровід цієї групи має бути спрямований передусім на актуалізацію альтернативних адаптаційних ресурсів, не намагаючись штучно підвищити рівень медіарелігійності. Доцільним є використання когнітивно-поведінкових технік, спрямованих на зниження тривожності, розвиток навичок самоконтролю та формування реалістичних очікувань щодо майбутнього [27].

Водночас психолог може делікатно ознайомлювати клієнтів із можливістю використання символічних або гуманістичних аспектів медіарелігійного контенту (теми надії, солідарності, моральної підтримки) без апеляції до віровчення як такого. Такий підхід дозволяє розширити спектр доступних ресурсів, не порушуючи світоглядної автономії особистості.

Психологічний супровід осіб із середнім рівнем медіарелігійності. Особи із середнім рівнем медіарелігійності, які становлять більшість досліджуваної вибірки, характеризуються помірною інтегрованістю релігійного контенту в повсякденне життя. Для них медіарелігійність виступає ситуативним ресурсом підтримки, що активізується в періоди підвищеного стресу, але не домінує над іншими формами адаптації [48].

Психологічний супровід цієї групи має бути орієнтований на оптимізацію використання медіарелігійності, зокрема на формування усвідомленого та дозованого підходу до споживання релігійного медіаконтенту. Психологу доцільно допомагати клієнтам ідентифікувати ті форми контенту, які сприяють стабілізації емоційного стану, та відмовлятися від тих, що посилюють тривожність або почуття безпорадності.

Ефективним напрямом супроводу є розвиток навичок рефлексії, які дозволяють усвідомлювати власні емоційні реакції на медіарелігійні повідомлення. Це сприяє формуванню більш зрілої позиції щодо використання духовних ресурсів і запобігає їхній надмірній ідеалізації [44].

Психологічний супровід осіб із високим рівнем медіарелігійності. Особи з високим рівнем медіарелігійності потребують особливо уважного та обережного

психологічного супроводу. Для цієї групи релігійний медіаконтент часто виступає центральним механізмом подолання стресу, що з одного боку може забезпечувати значну емоційну підтримку, а з іншого – створювати ризик звуження адаптаційних стратегій.

Основним завданням психологічного супроводу є запобігання надмірній залежності від медіарелігійного контенту та розширення репертуару копінг-стратегій. Психологу важливо допомагати клієнтам усвідомлювати, у яких ситуаціях медіарелігійність справді знижує тривожність, а в яких – стає формою уникання реальності [18].

У роботі з цією групою доцільно застосовувати екзистенційно орієнтовані методи, спрямовані на осмислення особистої відповідальності, свободи вибору та активної позиції навіть у складних умовах. Це дозволяє зберегти духовний ресурс, не перетворюючи його на єдиний спосіб адаптації.

У практиці психологічного супроводу важливо враховувати не лише рівень медіарелігійності, а й соціальний статус і життєву ситуацію клієнтів.

Для внутрішньо переміщених осіб психологічний супровід має акцентувати увагу на відновленні почуття стабільності та безпеки. Медіарелігійність може використовуватися як ресурс збереження ідентичності та відчуття приналежності, проте психолог має допомагати клієнтам інтегрувати цей ресурс із реальними кроками адаптації в новому середовищі.

Для військовослужбовців та ветеранів особливо важливим є супровід, спрямований на опрацювання екзистенційних переживань, пов'язаних із ризиком, втратою та моральними дилемами. Медіарелігійний контент може сприяти осмисленню бойового досвіду, але психологічний супровід має запобігати романтизації страждання або насильства [37].

Для цивільного населення психологічний супровід має зосереджуватися на зниженні хронічної тривожності, пов'язаної з інформаційним перенавантаженням. У цьому контексті медіарелігійність може бути ефективним засобом емоційної стабілізації за умови поєднання з навичками інформаційної гігієни.

Психолог у роботі з медіарелігійністю виступає не як експерт з релігії, а як фахівець із психічного благополуччя. Його завдання полягає в підтримці автономії клієнта, розвитку усвідомленості та формуванні адаптивних стратегій подолання стресу. Важливо, щоб психолог зберігав нейтральну позицію, не оцінюючи релігійні переконання клієнта як «правильні» чи «неправильні».

Таким чином, практичні напрями психологічного супроводу осіб із різним рівнем медіарелігійності мають будуватися на принципах диференційованості, інтегративності та поваги до індивідуальних світоглядних особливостей. Медіарелігійність може виступати ефективним психологічним ресурсом адаптації в умовах війни за умови її усвідомленого та збалансованого використання. Розроблені напрями психологічного супроводу можуть бути використані у практичній діяльності психологів, соціальних працівників та фахівців допомагаючих професій.

Висновок до розділу III

У третьому розділі розглянуто психологічні напрями підтримки психоемоційного стану особистості з урахуванням медіарелігійності, що дозволяє визначити ефективні механізми адаптації в умовах кризових ситуацій, зокрема воєнного стресу.

По-перше, медіарелігійність виступає важливим психологічним ресурсом адаптації, який сприяє стабілізації психоемоційного стану, формуванню внутрішньої опори та сенсотворенню. Аналіз теоретичних та емпіричних даних підтвердив, що використання медіарелігійного контенту здатне зменшувати рівень тривожності, підвищувати мотивацію до активної соціальної та життєвої діяльності, а також сприяти розвитку психологічної резильєнтності.

По-друге, у розділі окреслено психологічні рекомендації щодо використання медіарелігійного контенту. Вони передбачають усвідомлений вибір інформаційних ресурсів, формування регулярних практик перегляду або

прослуховування духовного контенту, а також поєднання медіа-ритуалів із традиційними психологічними методами релаксації та саморегуляції. Такий підхід дозволяє мінімізувати потенційні ризики деструктивного впливу надмірного або маніпулятивного контенту.

По-третє, розроблено корекційно-розвивальну програму використання медіарелігійності як психологічного ресурсу адаптації. Програма передбачає комплексну роботу з когнітивними, емоційними та поведінковими компонентами особистості, спрямовану на формування адаптивних стратегій, підвищення психоемоційної стійкості та розвиток навичок конструктивної взаємодії з медіа.

По-четверте, визначено практичні напрями психологічного супроводу осіб із різним рівнем медіарелігійності, що включають диференційований підхід до клієнтів з низьким, середнім та високим рівнем медіарелігійності. Це дозволяє враховувати індивідуальні особливості, рівень мотивації та психологічні ресурси кожного учасника, забезпечуючи ефективність психокорекційних та профілактичних заходів.

Таким чином, розділ 3 демонструє, що використання медіарелігійності у психологічній підтримці особистості є ефективним інструментом адаптації в умовах війни, здатним поєднувати емоційну стабілізацію, когнітивне переосмислення та поведінкову активність. Практичні рекомендації та програми створюють основу для впровадження системного підходу до психопрофілактики, корекції та розвитку психоемоційних ресурсів у сучасних кризових умовах.

РОЗДІЛ IV. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1. Основні групи причин виробничого травматизму і професійні захворювання

Обов'язок з організації безпечних та нешкідливих умов праці покладається на власника підприємства, установи чи організації. Обов'язок неухильного виконання вимог законодавства про охорону праці покладено як на власника підприємства, установи чи організації, так і на кожного працівника безпосередньо. Виробничий травматизм є наслідком порушення відповідними працівниками, їх безпосередніми керівниками та власниками підприємств вимог законодавства у сфері охорони праці з організації безпечних і здорових умов праці.

Виробничий травматизм – це явище, що характеризується сукупністю виробничих травм і нещасних випадків на виробництві. Виробничі травми – це травми, одержані працівником на виробництві внаслідок недотримання вимог охорони праці. Нещасний випадок на виробництві – це раптовий вплив на працівника небезпечного виробничого фактора чи середовища, внаслідок якого здоров'ю працівника було завдано шкоду, чи такий, що призвів до його смерті.

Безпосередньо причин виникнення виробничого травматизму досить багато, тому доцільно класифікувати їх за такими групами: технічно-технологічні, організаційні, санітарно-гігієнічні та особисті [25].

Технічно-технологічні причини охоплюють як порушення технологічного процесу виробництва продукції (технологічні), так і конструктивні недоліки інструментів чи механізмів та їх несправність (технічні). Прикладом технологічних причин виникнення виробничого травматизму може бути відсутність або недостатня потужність системи охолодження у виробничих процесах із високими температурами, внаслідок якої робітник може зазнати

шкідливого або над нормового впливу високих температур. Зношення інструментів праці або розхитування кріплень у рухомих частинах механізмів унаслідок довгострокової дії вібрації може бути прикладом уже технічних причин [29].

До організаційних причин належать несвоєчасне або недостатньо якісне проведення інструктажів з охорони праці, неповне забезпечення посадовими інструкціями, недостатній рівень контролю за виконанням вимог у сфері охорони праці тощо.

Санітарно-гігієнічні причини – це порушення нормативів безпечної концентрації шкідливих речовин у повітрі, незадовільний рівень шумів, вібрацій чи освітлення, антисанітарний стан приміщень, недотримання правил особистої гігієни тощо. Особисті причини виникнення виробничого травматизму – грубі помилки в роботі. Ці причини поділяються на декілька підгруп: психофізіологічні, суб'єктивні й економічні [25].

До психофізіологічних причин належать виснаженість, монотонність і висока напруженість праці, невідповідність фізіологічних та психічних особливостей організму умовам праці, відносини в колективі тощо.

Суб'єктивні причини виникнення виробничого травматизму – особиста недисциплінованість працівника, невиконання інструкцій і приписів у сфері охорони праці, перебування на робочому місці у стані алкогольного сп'яніння тощо. Вони є проявом характеру та особистості працівника і впливають із них.

Економічними причинами можна назвати порушення роботодавцем власного обов'язку контролю за охороною праці на власному підприємстві внаслідок бажання отримати надмірні прибутки або зменшити видатки замість безпеки, життя і здоров'я працівників. Нещасний випадок часто обумовлюється поєднанням одразу декількох причин, які разом узяті призводять до настання негативних наслідків. Часто усунення хоча б однієї з причин може запобігти настанню негативних наслідків [30].

Професійне захворювання – це хронічне або гостре захворювання, причиною якого став тривалий вплив на працівника шкідливих виробничих

факторів. Якщо в результаті розслідування буде доведено, що причиною захворювання не був вплив виробничих факторів, – таке захворювання вважається загальним.

Професійні захворювання можуть спричинити тимчасову чи постійну втрату працездатності працівника або інвалідність, а іноді навіть призвести до смерті постраждалого. Кабінет Міністрів України Постановою від 8 листопада 2000 р. № 1662 затвердив перелік професійних захворювань, яким поділив перелічені захворювання на 7 груп [30].

1. Захворювання, що виникають під впливом хімічних факторів. До цієї групи належать хронічні отруєння та їх наслідки, самостійні чи в поєднанні з іншими ураженнями: анемією, нефропатією, гепатитом, ураженням очей, кісток, нервової системи та/або органів дихання токсичного характеру; деякі хвороби шкіри.

2. Захворювання, спричинені впливом промислових аерозолів. У цій групі – пневмоконіози, професійні бронхіти, бісиноз, емфізема легенів, дистрофічні зміни верхніх дихальних шляхів.

3. Захворювання, спричинені дією фізичних факторів. До таких відносять вібраційну та шумову хворобу, захворювання, пов'язані з впливом контактного ультразвуку (вегетативний поліневрит, ангіоневроз рук), променеві захворювання – місцеві променеві ураження (гострі або хронічні), пневмосклероз, місцеве ушкодження тканин лазерним випроміненням, гіпертермія тощо.

4. Захворювання, пов'язані з фізичним перевантаженням та перенапруженням окремих органів і систем. У цій групі зосереджено хвороби, пов'язані з розладом функціонування окремих систем організму: неврози, радикулопатії, різні захворювання кістково-м'язової системи та сполучної тканини, варикозне розширення вен і деякі статеві хвороби.

5. Захворювання, спричинені дією біологічних факторів, – інфекційні та паразитарні хвороби, набуті в процесі професійної діяльності в результаті контакту з хворими, інфікованими матеріалами чи переносниками захворювань.

До таких відносять вірусні гепатити, туберкульоз, кліщовий енцефаліт, СНІД, сифіліс, сибірську виразку, дисбактеріоз, COVID-19 тощо.

6. Алергічні захворювання – прояви алергії, що виникли внаслідок контакту з речовинами та сполуками, які містять алергени: кон'юнктивіт, дерматит, астма, екзема, анафілактичний шок тощо.

7. Злоякісні новоутворення (професійний рак). До цієї групи входять пухлини шкіри, порожнини рота, органів дихання, печінки, сечового міхура, кісток, шлунку, лейкози, мезотеліоми і неходжкінські лімфоми. Цей перелік не є вичерпним і слугує скоріше орієнтиром. Належність окремих набутих хвороб до професійних виявляється фахівцями в результаті всебічного розслідування.

Окрім зазначених груп професійних захворювань, можна також виділити гостру та хронічну форму перебігу захворювання. Гостре захворювання виникає раптово, після одноразового (протягом не більше однієї робочої зміни) впливу високих концентрацій хімічних речовин, що містяться в середовищі робочої зони. Це хімічні опіки, алергічні реакції, ураження очей і м'яких тканин хімічними речовинами чи оптичним випроміненням. Хронічне професійне захворювання розвивається внаслідок тривалого систематичного впливу на організм шкідливих виробничих факторів. Особливістю хронічних професійних хвороб є поступове збільшення прояву симптомів захворювання [25].

4.2. Інформаційна безпека

У сучасному постіндустріальному світі інформація та доступ до неї набули величезного значення як для окремих осіб, так і для держави в цілому. Однак розвиток інформаційної безпеки має давню історію. Так, відомим є факт використання тайнопису для збереження інформації у таємниці ще за часів стародавніх Єгипту та Риму. Цензура та заборона певних висловлювань активно використовувалися протягом усієї історії людства для обмеження доступу населення до певних джерел інформації. Однак наразі світове суспільство

орієнтується на відкритість доступу до інформації та уникнення неналежних обмежень щодо такого доступу [30].

Ураховуючи важливість інформація для розвитку особистості, обізнаності про стан навколишнього середовища, соціальні, економічні та інші фактори, можна дійти висновку про важливість інформації та її вплив на життєдіяльність людини. Значна кількість фахівців, наприклад О. В. Чеботарьова, виокремлюють інформаційну безпеку як один з елементів (категорій) безпеки особи.

Держава визнає визначальний статус інформаційної безпеки для суспільства. Стаття 17 Конституції України прямо зазначає, що «захист суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього Українського народу». Тобто захист інформаційної безпеки визнано однією з головних функцій держави [29].

Слід зазначити, що не існує загальновизнаного наукового підходу до визначення поняття «інформаційна безпека». Причиною цього є, зокрема, багатоплановість та багатоаспектність цього поняття. Так, І. Л. Бачило зазначає, що коло питань інформаційної безпеки охоплює захист відкритої інформації, охорону державної таємниці, забезпечення захисту інформації з обмеженим доступом, окрім державної таємниці, страхування інформації та інформаційних ресурсів. Цю думку продовжує О. О. Золотар, зазначаючи, що «інформаційна безпека являє собою складну, динамічну, цілісну соціальну систему, компонентами якої є підсистеми безпеки особистості, держави і суспільства». Тому можна наголосити, що саме визначення інформаційної безпеки досить сильно залежить від контексту та сфери, що розглядається [25].

За концепцією Л. Дж. Хоффмана інформаційна безпека – це такий стан інформації, за якого забезпечується збереження визначених політикою безпеки властивостей інформації. Поняття інформаційної безпеки було визначено у п. 13 Закону України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр.», де вказано, що інформаційна безпека – стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, за якого

запобігається заподіяння шкоди через неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується, негативний інформаційний вплив, негативні наслідки застосування інформаційних технологій, несанкціоноване розповсюдження, використання і порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації [30].

На жаль, наразі цей Закон України вже не є актуальним. Водночас слід наголосити, що інформаційну безпеку можна розглядати у двох таких аспектах: інформаційна безпека держави (регіону, суспільства, області тощо) та інформаційна безпека особи. Попри те, що з огляду на специфіку предмету безпеки життєдіяльності основний наголос слід робити саме на особі та суспільстві, інформаційну безпеку держави також необхідно досліджувати для повного розуміння цього феномену.

Пропонується визначати інформаційну безпеку у сфері безпеки життєдіяльності як стан захищеності інтересів держави, суспільства та окремих осіб, за якого мінімізовано ризики для держави, суспільства та окремих осіб шляхом поширення або приховування інформації. Можна виділити такі характерні ознаки інформаційної безпеки у сфері безпеки життєдіяльності: – це багатоаспектне комплексне явище; інформаційна безпека є станом захищеності водночас інтересів держави, суспільства та окремих осіб, тому для досягнення максимально ефективного стану інформаційної безпеки необхідно збалансувати захист усіх трьох елементів; – вона полягає у мінімізації ризиків для держави, суспільства та окремих осіб; важливим є той факт, що неможливо повністю уникнути ризиків, пов'язаних з інформаційною сферою, тому завданням як держави, так і окремих осіб є мінімізація цих ризиків; – вона має протидіяти будь-якому поширенню чи приховуванню інформації, які несуть загрозу для інтересів людини, суспільства чи держави; попри те, що окремі дослідники роблять акцент на тому, що протидіяти треба розповсюдженню неправдивої чи таємної інформації, навіть активне розповсюдження інформації з відкритим доступом, яка є правдивою, може завдати значної шкоди життєдіяльності величезних груп людей (наприклад, спричинити паніку) [29].

Специфіку забезпечення національної інформаційної безпеки відображено в законах України «Про національну безпеку України», «Про концепцію національної програми інформатизації», «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки», а також у затвердженій Указом Президента Доктрині інформаційної безпеки України та рішенні РНБО «Про Стратегію національної безпеки України».

Система інформаційної безпеки є складною та комплексною. Так, за сферою поширення можна виокремити такі її елементи, як інформаційна безпека у сфері друкованих ЗМІ, телевізійних ЗМІ, кібербезпека тощо. Також за суб'єктивним складом можна визначити такі елементи, як інформаційна безпека держави, підприємства, галузі, регіону та навіть окремої особи [30].

До предметної сфери інформаційної безпеки пропонується віднести таке: інформацію, загрози інформаційній безпеці, політику із забезпечення інформаційної безпеки, засоби забезпечення інформаційної безпеки.

Предметом інформаційної безпеки є насамперед сама інформація. Інформація відповідно до статті 1 Закону України «Про інформацію» – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.

На підставі цього визначення можна виокремити такі характерні ознаки інформації: 1) інформація може мати лише вигляд відомостей та/або да них; тобто хоча інформація зберігається на матеріальних носіях, сама вона має нематеріальний характер; 2) інформація може зберігатись на матеріальних носіях або бути відображеною в електронному вигляді. Цікавим і дискусійним є питання про те, чи є інформацією певні відомості, що передаються усно, бо, з одного боку, вони можуть бути збережені (записані) на матеріальні носії, однак з іншого, – виникають сумніви щодо віднесення їх до інформації без відповідного збереження на матеріальних носіях [29].

Відповідно до Доктрини інформаційної безпеки України актуальними загрозами національним інтересам та національній безпеці України в інформаційній сфері є такі: здійснення спеціальних інформаційних операцій,

спрямованих на підрив обороноздатності, деморалізацію особового складу Збройних сил України та інших військових формувань, провокування екстремістських проявів, підживлення панічних настроїв, загострення і дестабілізацію суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації, розпалювання міжетнічних і між конфесійних конфліктів в Україні; проведення державою-агресором спеціальних інформаційних операцій в інших державах з метою створення негативного іміджу України у світі; інформаційна експансія держави-агресора та контрольованих нею структур, зокрема шляхом розширення власної інформаційної інфраструктури на території України та в інших державах; інформаційне домінування держави агресора на тимчасово окупованих територіях; недостатня розвиненість національної інформаційної інфраструктури, що обмежує можливості України ефективно протидіяти інформаційній агресії та проактивно діяти в інформаційній сфері для реалізації власних національних інтересів; неефективність державної інформаційної політики, недосконалість законодавства стосовно регулювання суспільних відносин в інформаційній сфері, невизначеність стратегічного наративу, недостатній рівень медіа-культури суспільства; поширення закликів до радикальних дій, пропаганда ізоляціоністських та автономістських концепцій співіснування регіонів в Україні [25].

Однак слід зазначити, що загрози інформаційній безпеці як сфері безпеки життєдіяльності мають значно ширший характер та охоплюють не лише національний рівень, а й особистий. Повний перелік таких загроз сформулювати майже неможливо. Можна умовно поділити такі загрози на два рівні: національний (зазначені у Доктрині інформаційної безпеки України та інші, наприклад поширення неправдивої економічної інформації, що може призвести до економічної кризи, поширення панічних настроїв під час епідемій тощо) та особистий (ці загрози становлять небезпеку саме для окремих осіб, наприклад інформаційні матеріали, що можуть штовхнути людину до самогубства чи заподіяння собі або оточуючим шкоди).

Також загрози інформаційній безпеці можна поділити на пасивні (отримання доступу до певної інформації без внесення змін до неї) та активні (внесення змін до певної інформації або розповсюдження її з унесенням відповідних змін).

Політика із забезпечення інформаційної безпеки полягає у діях певного суб'єкта (зазвичай держави, однак не обов'язково, оскільки може існувати політика окремої області, регіону чи юридичної особи) для досягнення стану інформаційної безпеки. Засоби забезпечення інформаційної безпеки можна охарактеризувати як конструктивне, організаційне та матеріальне втілення, конкретну реалізацію принципів і методів, спрямовані на протидію загрозам інформаційній безпеці [30].

Серед основних засобів забезпечення інформаційної безпеки підприємства можна виокремити такі: 1) підвищення інформованості працівників щодо загроз у сфері інформаційної безпеки та проведення відповідних семінарів, інструктажів тощо; 2) наголошення на недопустимості розповсюдження неправдивої та таємної інформації та протидія такому розповсюдженню; 3) максимальний захист електронних носіїв інформації від зовнішнього несанкціонованого втручання; 4) підвищення рівня технічної грамотності та знань про безпеку під час роботи в мережах працівників, що під час роботи здійснюють діяльність в мережі Інтернет.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У даній кваліфікаційній роботі здійснено комплексне дослідження впливу медіарелігійності особистості на її психоемоційний стан в умовах війни. Досягнення поставленої мети забезпечувалося послідовним розв'язанням визначених завдань, що дозволяє сформулювати такі узагальнені висновки.

За результатами аналізу теоретичних підходів до релігійності та медіарелігійності особистості у психології встановлено, що релігійність традиційно розглядається як важливий чинник психоемоційної регуляції, сенсотворення та внутрішньої стабілізації особистості. У межах психоаналітичного, гуманістичного та когнітивно-поведінкового підходів релігійний досвід інтерпретується як механізм подолання внутрішніх конфліктів, зниження тривожності та підтримки психологічної рівноваги. Медіарелігійність, як сучасна форма релігійності, поєднує духовний досвід із можливостями цифрового медіапростору та виступає самостійним психологічним феноменом, що набуває особливої значущості в умовах кризових і воєнних обставин.

У ході виявлення механізмів впливу медіарелігійного контенту на психоемоційний стан в умовах воєнного стресу встановлено, що такий вплив реалізується через когнітивні, емоційно-мотиваційні та поведінкові механізми. Медіарелігійний контент сприяє переосмисленню травматичних подій, формуванню відчуття сенсу та надії, зниженню рівня тривожності, депресивних проявів і емоційного виснаження. Водночас надмірне або некритичне споживання релігійного медіаконтенту може виступати чинником емоційного перенавантаження, що потребує психологічного супроводу.

На основі отриманих результатів розроблено рекомендації щодо використання медіарелігійності як ресурсу психологічної адаптації. Обґрунтовано доцільність усвідомленого та дозованого використання медіарелігійного контенту з метою емоційної стабілізації, підтримки сенсотворчих процесів та розвитку адаптивних стратегій копіngu. Підкреслено

важливість поєднання медіарелігійних практик із психологічними методами саморегуляції та психопрофілактики.

Запропоновано практичні напрями психологічної підтримки особистості з урахуванням рівня її медіарелігійності. Визначено диференційований підхід до психологічного супроводу осіб із низьким, середнім і високим рівнем медіарелігійності, що передбачає використання індивідуальних і групових форм роботи, корекційно-розвивальних програм, психоосвітніх заходів та підтримки психологічної резильєнтності в умовах війни.

Таким чином, результати кваліфікаційної роботи підтверджують, що медіарелігійність особистості є значущим психологічним ресурсом, який за умови усвідомленого використання сприяє стабілізації психоемоційного стану, підвищенню адаптаційних можливостей і підтримці психологічної стійкості в умовах воєнного стресу. Отримані висновки мають як теоретичну цінність для розвитку психології релігійності та медіапсихології, так і практичну значущість для системи психологічної допомоги населенню в кризових ситуаціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абсалямова Л. М. Психологія релігії: навч. посіб. Київ: Либідь, 2020. 248 с.
2. Американська психологічна асоціація (APA). Religion and Spirituality. URL: <https://www.apa.org/topics/religion-spirituality> (дата звернення: 15.11.2025).
3. Балашова О. О. Релігійна свідомість особистості: психологічний аспект. Практична психологія та соціальна робота. 2018. № 5. С. 12–18.
4. Бех І. Д. Духовні цінності в розвитку особистості. Педагогіка і психологія. 2019. № 1. С. 124–129.
5. Боднар А. М. Психологія віри: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 412 с.
6. Васильєва О. С., Філатов Ф. Р. Психологія здоров'я людини: еталони, уявлення, установки. Київ: Академвидав, 2018. 352 с.
7. Вишньовський В. В., Періг І. М. Вплив психологічних інтервенцій на психологічне здоров'я людини в умовах війни. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Психологія» Прикладна психологія. Професійна й організаційна психологія. Том 36 (75) № 1. 2025. С. 35-40.
8. Вінтюк Ю. В. Медіапсихологія: психологічні аспекти впливу медіа на особистість в умовах інформаційної війни. Вісник Національного університету оборони України. 2022. Вип. 1(65). С. 45–52.
9. Вітвіцька О. М. Медіаграмотність як складова інформаційної культури особистості. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія. 2019. Вип. 1(10). С. 22–25.
10. Всесвітня організація охорони здоров'я. Mental Health and Psychosocial Support in War Conditions. URL: <https://www.who.int/health-topics/mental-health> (дата звернення: 20.11.2025).
11. Горностай П. П. Особистість і роль: рольовий підхід у психології особистості. Київ: Інтерпрес ЛТД, 2019. 311 с.

12. Гундертайло Ю. Д. Психологічні особливості релігійного копінгу у ветеранів АТО/ООС. Психологічний часопис. 2021. Т. 7. № 3. С. 34–48.
13. Данилюк І. В., Онуфрієва Л. А. Психологічні механізми подолання травматичного досвіду учасниками бойових дій. Проблеми сучасної психології. 2020. Вип. 47. С. 78–95.
14. Дембицька Н. М. Духовність як ресурс психологічної стійкості особистості в умовах війни: монографія. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2023. 324 с.
15. Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Психологічна допомога в умовах війни. URL: <http://ispp.org.ua> (дата звернення: 10.11.2025).
16. Карпенко З. С., Зливков В. Л., Луценко О. Л. Психологія травми та психотерапія посттравматичного стресу: теорія, досвід, практика: монографія. Київ: Видавничий дім «Слово», 2022. 368 с.
17. Кисельова О. О. Медіарелігійність як феномен сучасної духовної культури. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2020. Вип. 81. С. 126–137.
18. Климишин О. І. Релігійна свідомість особистості в умовах соціальних трансформацій. Психологія і особистість. 2021. № 1(19). С. 166–180.
19. Колодний А. М. Релігія в контексті духовності. Київ: Світ знань, 2018. 244 с.
20. Колтунович Т. А., Гоменюк О. М. Вплив релігійності на психологічне благополуччя внутрішньо переміщених осіб. Проблеми сучасної психології. 2023. Вип. 59. С. 112–128.
21. Лунов В. Є. Психологічна допомога постраждалим від травматичних подій: практичний посібник. Київ: ТОВ «Наш формат», 2021. 280 с.
22. Маслоу А. Мотивація і особистість / пер. з англ. Київ: Вид-во Жупанського, 2020. 416 с.
23. Москалець В. П. Психологія релігії: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2019. 240 с.

24. Національний інформаційний портал «Релігія в Україні». URL: <https://religion.in.ua> (дата звернення: 25.10.2025).
25. Охорона праці та цивільний захист. Конспект лекцій : навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра. / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Ю.О. Полукаров, Н.А. Праховнік, О.В. Землянська. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 306 с.
26. Павлик Н. В. Психологія гідності особистості: монографія. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2019. 490 с.
27. Панок В. Г., Титаренко Т. М., Чепелева Н. В. Основи практичної психології. Київ: Либідь, 2019. 536 с.
28. Періг І. М., Вишньовський В. В. Професійна діяльність: психологічний супровід в умовах сучасних викликів. *Habitus*. Видавничий дім «Гельветика». Том 2. №69. 2025. С. 106-110.
29. Пістун І.П., Кочубей В.І. Безпека життєдіяльності : підручник. Суми : Університетська книга, 2023. 560 с.
30. Полякова Н.О. Безпека життєдіяльності: конспект лекцій. Київ, 2023. 64 с.
31. Рибалка В. В. Психологія розвитку творчої особистості. Київ: ІПППО АПН України, 2019. 416 с.
32. Рудкевич О. О., Бойко О. В. Психологічні механізми формування життєстійкості особистості в умовах воєнного конфлікту. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*. 2024. Вип. 1. С. 89–96.
33. Савчин М. В. Духовний потенціал людини. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2020. 508 с.
34. Семиченко В. А. Психологія особистості. Київ: Видавець Ешке О. М., 2019. 427 с.
35. Синяков О. Е. Психологічні особливості подолання посттравматичного стресового розладу у військовослужбовців. *Вісник Національного університету оборони України*. 2019. Вип. 2(51). С. 177–183.

36. Ставицька С. О. Цифрова релігійність: трансформація релігійних практик в епоху медіатизації. Філософські обрії. 2022. Вип. 47. С. 67–81.
37. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості. Київ : Либідь, 2018. 320 с.
38. Титаренко Т. М. Психологічне здоров'я особистості: засоби самодопомоги в умовах тривалої травматизації: монографія. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2018. 160 с.
39. Ткачук Р. Л. Медіапсихологія: навч. посіб. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 286 с.
40. Український науковий журнал «Практична психологія та соціальна робота». URL: <http://www.praktychna-psiologiya.com.ua> (дата звернення: 05.11.2025).
41. Франкл В. Людина в пошуках смислу / пер. з англ. Київ: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 368 с.
42. Хомуленко Т. Б., Данилюк І. В., Белінська О. В. Методологічні проблеми сучасної психології війни та миру. Київ: Логос, 2020. 272 с.
43. Чепан М.-Л. А. Релігійність особистості: соціально-психологічний вимір. Практична психологія та соціальна робота. 2017. № 12. С. 1–7.
44. Чуйко Г. В., Чаплук Я. В., Вишньовський В. В. Студентські наукові роботи з психології: академічне письмо. Перспективи та інновації науки. 2025. № 5(51). С. 2368-2381.
45. Ягієв І. А. Особливості соціально-психологічної адаптації комбатантів в умовах тривалого воєнного стресу. Український психологічний журнал. 2023. № 2(18). С. 154–169.
46. Hill P. C., Pargament K. I. Advances in the conceptualization and measurement of religion and spirituality: Implications for physical and mental health research. American Psychologist. 2003. Vol. 58(1). P. 64–74.
47. Hood R. W., Hill P. C., Spilka B. The Psychology of Religion: An Empirical Approach. 4th ed. New York: Guilford Press, 2009. 618 p.
48. Koenig H. G. Religion, Spirituality, and Health: The Research and Clinical Implications. ISRN Psychiatry. 2012. Vol. 2012. Article ID 278730. 33 p.

49. Koenig H. G., McCullough M. E., Larson D. B. Handbook of Religion and Health. New York: Oxford University Press, 2001. 712 p.
50. Lazarus R. S., Folkman S. Stress, Appraisal, and Coping. New York: Springer Publishing Company, 1984. 456 p.
51. Loewenthal K. M. Religion, Culture and Mental Health. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. 238 p.
52. Pargament K. I. The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice. New York: Guilford Press, 1997. 548 p.
53. Pargament K. I., Koenig H. G., Perez L. M. The many methods of religious coping: Development and initial validation of the RCOPE. Journal of Clinical Psychology. 2000. Vol. 56(4). P. 519–543.
54. Spilka B., Hood R. W., Hunsberger B., Gorsuch R. The Psychology of Religion: An Empirical Approach. 3rd ed. New York: Guilford Press, 2003. 608 p.