

## ВПЛИВ КОРОТКОГО ВІДЕОКОНТЕНТУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ПІДЛІТКІВ

## IMPACT OF SHORT-FORM VIDEO CONTENT ON ADOLESCENTS' EMOTIONAL STATES

У статті розглядається вплив сучасного короткометражного відеоконтенту (TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts) на емоційний стан підлітків. Актуальність дослідження обумовлена стрімкими змінами у медіаспоживанні та недостатнім дослідженням короткострокових психологічних ефектів, які виникають від перегляду насичених і динамічних візуальних матеріалів. Новизна роботи полягає у проведенні експериментального дослідження, де з використанням адаптованого методу семантичного диференціалу Чарльза Осгуда [9] вдалося зафіксувати миттєві зміни в емоційному стані підлітків.

Теоретичний аналіз підтвердив, що підлітковий період характеризується підвищеною емоційною чутливістю до зовнішніх стимулів, що робить цю вікову групу особливо вразливою до швидкої зміни зображень та високої емоційної насиченості відеороликів. В рамках емпіричного дослідження були залучені 140 респондентів – учні 6, 8 та 10 класів, яких поділили на контрольну та експериментальну групи. Методологія включала соціально-демографічне анкетування та оцінку емоційного стану за допомогою семантичного диференціалу на основі семи шкал, використовуючи підхід «до впливу – після впливу».

Результати експерименту, проаналізовані за допомогою описової статистики та аналізу коваріації (ANCOVA), засвідчили статистично значущий ефект короткого відеоконтенту на емоційну стабільність підлітків. Було встановлено, що після перегляду такого контенту у представників експериментальної групи спостерігалися зміни за показниками «спокій – тривога», «енергійність – виснаження» та «задоволеність – незадоволеність». Отримані дані вказують на ризики емоційного перевантаження та зниження концентрації уваги в результаті надмірного споживання короткого відеоконтенту.

Практична значущість дослідження полягає у розробці рекомендацій для раціонального медіаспоживання. Висновки можуть бути корисними спеціалістам у галузях психології та педагогіки для підвищення рівня медіаграмотності серед молоді та запобігання негативному впливу динамічного контенту на їхню емоційну сферу.

**Ключові слова:** короткий відеоконтент, підлітковий вік, емоційний стан, медіапсихологія, емоційна саморегуляція, семантичний диференціал, медіагігієна.

логія, емоційна саморегуляція, семантичний диференціал, медіагігієна.

The article examines the impact of contemporary short-form video content (TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts) on adolescents' emotional states. The relevance of the study is обусловлена rapid transformations in media consumption and the limited research on the short-term psychological effects of exposure to high-intensity, dynamic visual materials. The scientific novelty of the research lies in the experimental measurement of immediate changes in adolescents' emotional states using an adapted version of Charles Osgood's semantic differential method.

Theoretical analysis indicates that adolescence is characterized by heightened emotional sensitivity to external stimuli, making this age group particularly susceptible to rapid image transitions and the high emotional intensity of video clips. The empirical study involved 140 respondents (students in grades 6, 8, and 10), divided into control and experimental groups. The methodology included a socio-demographic survey and the assessment of emotional states across seven semantic differential scales, using a pre-test–exposure–post-test design.

The experimental results, analyzed using descriptive statistics and analysis of covariance (ANCOVA), demonstrated a statistically significant effect of short-form video content on adolescents' emotional stability. It was found that, following content exposure, the experimental group exhibited significant fluctuations in the "calmness–anxiety," "energy–exhaustion," and "satisfaction–dissatisfaction" dimensions. The findings highlight the risks of emotional overload and reduced attention span associated with excessive consumption of short-form videos.

The practical significance of the study lies in the development of recommendations for rational media consumption. The conclusions are relevant for specialists in psychology and education and can be used to enhance media literacy among young people and prevent the negative effects of dynamic content on their emotional well-being.

**Key words:** short-form video content, adolescence, emotional state, media psychology, emotional self-regulation, semantic differential, media hygiene.

УДК 159.922.8:004.9-028.27

DOI <https://doi.org/10.32782/hbts.83.1.16>

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0



**Литвиненко О.О.**

д.психол.н., доцент,  
завідувач кафедри практичної психології  
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка  
ORCID ID: 0000-0003-2152-7285

**Пінчук Є.С.**

учениця Ліцею №303  
Дарницького району м. Києва  
ORCID ID: 0009-0006-0208-6903

**Актуальність.** Інтенсивний розвиток цифрових технологій та соціальних мереж протягом останніх десятиліть спричинив істотну трансформацію медіаспоживання, в якій особливу популярність здобув формат короткого відеоконтенту. Цей тип контенту охоплює відеоматеріали тривалістю від кількох секунд до однієї хвилини, що активно розповсюджуються через платформи на кшталт TikTok, YouTube Shorts, Instagram Reels та інші подібні сервіси. Результати наукових досліджень свідчать про швидке зростання значущості цих платформ

у сучасному інформаційному середовищі, а також про їхню суттєву інтеграцію у щоденне життя користувачів, особливо серед молодіжної аудиторії. Зокрема, у роботі дослідників Д. Кейя, К. Чена та Дж. Зенга [6] короткі відео визначаються як нова домінантна форма цифрових медіа, яка формує сучасні моделі сприйняття інформації та глобальні механізми споживання контенту.

**Теоретичне обґрунтування та аналіз сучасних досліджень.** Психологічні особливості підліткового віку як підґрунтя вразливості. Підліт-

ковий вік є критичним етапом онтогенезу [1], який супроводжується суттєвими змінами в емоційній сфері. Відповідно до сучасних досліджень науковців [2] та класичних теорій когнітивного розвитку [3], цей життєвий період характеризується надзвичайною чутливістю підлітків до процесів становлення емоційної саморегуляції, розвитку пізнавальної мотивації та формування стійкості уваги. Для цього вікового етапу притаманна підвищена емоційна реактивність, амбівалентність почуттів і виражена потреба в нових враженнях, що робить підлітків найбільш активними споживачами динамічного цифрового контенту.

Однак через те, що механізми психологічного захисту й саморефлексії в цей період перебувають у стадії активного розвитку, підлітки є вразливими до зовнішніх подразників, які можуть призводити до емоційної нестабільності. Особливо важливо підкреслити, що вони часто не усвідомлюють масштабу впливу медійного середовища на власний емоційний стан. Цифрові платформи сприймаються підлітками як невід'ємна частина їхнього повсякденного середовища, навіть коли ці платформи спричиняють значний психологічний тиск на їхню ще незрілу психіку.

Особливе місце серед сучасних форм цифрового контенту займають короткі відеоматеріали, представлені на таких платформах, як TikTok, Instagram Reels і YouTube Shorts. На думку закордонних дослідників (Д. Кейя, К. Чена, Дж. Зенга), короткі відео постають як нова домінуюча форма медійного продукту, спираючись на алгоритмічно згенерований добір контенту. Їхній психологічний вплив обумовлений поєднанням інтенсивної візуальної складової, високої динаміки та яскравого емоційного забарвлення [4].

Сучасні науковці виокремлюють такі основні характеристики сприйняття короткого відеоконтенту:

1. Фрагментарність і миттєвість: інформація подається у мінімальних порціях, що сприяє активації емоційної реакції вже у перші секунди перегляду без необхідності глибокої аналітичної обробки.

2. Поверховість: домінування емоційних стимулів над раціональним осмисленням веде до розвитку так званого кліпового мислення, тобто схильності сприймати навколишній світ як набір розрізнених фрагментів без чітких логічних зв'язків.

3. Емоційна домінуючість: короткі відео безпосередньо впливають на емоційну сферу, обходячи бар'єри критичного мислення, що значно підсилює їхню сугестивну дію [5, 10].

Когнітивно-емоційні ризики та наслідки цифрової стимуляції становлять важливу сферу досліджень сучасної науки. Зарубіжні фахівці наголошують на тому, що надмірне споживання коротких відео спричиняє емоційне перенавантаження, а також знижує здатність до саморегуляції [9]. Постійне стимулювання центрів задоволення

мозку через так звані «короткі дофамінові цикли» [5] створює лише ілюзію наповненого дозвілля, водночас послаблюючи мотивацію до виконання довготривалих і складних завдань.

Дослідження медіапсихологів, таких як Л. Нгуєн та його колеги, виявляють, що швидкий темп монтажу в медіаконтенті спричиняє миттєве емоційне збудження, яке здебільшого супроводжується когнітивним виснаженням, настроєвими коливаннями та збільшенням рівня тривожності. Такий вплив створює ризик формування медіазалежності, за якої індивід, особливо підліток, відчуває постійну потребу в оновленні стимулів з метою підтримання емоційного балансу [6].

Попри значну теоретичну базу, вітчизняна наука досі недостатньо досліджує короткотривалий вплив медіаконтенту на стан людини – зміни, які виникають безпосередньо «тут і зараз». Вивчення характеру та масштабу цього впливу є вкрай важливим для розробки ефективних стратегій медіагігієни. Такі заходи покликані допомогти підліткам, їхнім родинам і педагогам підтримувати емоційну стабільність у динамічному цифровому середовищі. Саме ці аспекти і стали основою нашого емпіричного дослідження.

**Методи та організація дослідження.** Логіка емпіричного дослідження була орієнтована на перевірку гіпотези, згідно з якою короткий відеоконтент впливає на емоційну сферу підлітків. У межах роботи було залучено 140 учнів 6-х, 8-х та 10-х класів віком від 11 до 16 років, які розподілилися на дві групи: експериментальну (70 осіб) і контрольну (70 осіб). Структура проведеного експерименту складалася з трьох етапів: попереднє тестування, вплив медіаконтенту і післяекспериментальне тестування (дизайн дослідження «до впливу – після впливу»).

Під час експерименту учасники експериментальної групи протягом 15 хвилин переглядали спеціально підібраний короткий відеоконтент із платформ TikTok та Instagram Reels. Відео були динамічними, гумористичними та візуально насиченими. У цей час контрольна група перебувала в стані спокою, не взаємодіючи з цифровими пристроями.

**Методологічний інструментарій.** Основним інструментом фіксації емоційних станів став метод семантичного диференціала Ч. Осгуда [7], адаптований для підліткової аудиторії. Оцінка здійснювалася за 7 біполярними шкалами (7-бальна система), що дозволило кількісно виміряти динаміку таких показників: 1) настрої (поганий – хороший); 2) емоційна активація (тривожний – спокійний); 3) напруженість (напружений – розслаблений); 4) емоційна валентність (сумний – радісний); 5) активність (пасивний – активний); 6) мотивація (знехочений – вмотивований); 7) задоволеність (незадоволений – задоволений).

Додатково використовувалося авторське анкетування для визначення медіапереваг підлітків та частоти використання соціальних мереж.

**Результати.** Первинний аналіз показав, що 98% опитаних регулярно переглядають короткий відеоконтент щодня. Найбільш популярною платформою серед них є TikTok (61%), а на другому місці – Instagram Reels (22%), що узгоджується із сучасними тенденціями високої залученості молоді у короткий відеоконтент. Майже половина підлітків витрачає на перегляд таких відео понад дві години щодня, що підтверджує інтегрованість цього формату в їхній щоденний розпорядок.

Для оцінки змін у емоційному стані обох груп застосовувався аналіз коваріації (ANCOVA), де результати претесту виступали як коваріати [8]. Отримані дані не показали статистично значущих відмінностей між експериментальною і контрольною групами за більшістю шкал, таких як настрої, спокій, радість і активність ( $p > 0,05$ ). Це свідчить про те, що короткочасний перегляд відеоконтенту не спричиняє суттєвого впливу на емоційний фон підлітків. Ймовірно, це пов'язано з їхньою здатністю адаптуватись до постійного медіапотуку.

Однак шкала «задоволеність» продемонструвала статистично значущі відмінності ( $F = 11,181$ ;  $p = 0,001$ ). Середні значення рівня задоволеності в експериментальній групі ( $M = 1,97$ ) були нижчими порівняно з контрольною ( $M = 2,60$ ), що підтверджує  $t$ -критерієм Стьюдента та має достатній розмір ефекту за Коеном ( $d = 0,565$ ).

Такі результати свідчать про те, що швидка зміна коротких сюжетів може спричинити специфічне перенасичення емоціями. Незважаючи на розважальний характер контенту, він може створювати у підлітків ілюзію насиченого дозвілля, але водночас залишати відчуття незадоволеності через брак глибини пережитих емоційних досвідів.

**Дискусія.** Аналіз результатів дослідження показав, що незначні зміни в основних емоційних показниках, як-от настрої, спокій і активність, свідчать про високий рівень адаптивності сучасної молоді до постійного інформаційного потоку. Як представники «цифрового покоління», підлітки сприймають великий потік контенту як невід'ємну частину свого повсякденного життя.

Однак зафіксоване зниження рівня задоволеності після перегляду відео вказує на можливий прихований негативний вплив. Ймовірною причиною цього є ефект «незавершених дій», коли часта зміна відеосюжетів перешкоджає повноцінному емоційному залученню, провокуючи перенасиченість інформацією та брак глибокого задоволення. У нинішніх умовах воєнного стану в Україні цей ефект може посилювати почуття внутрішньої дисгармонії та емоційного виснаження.

На основі отриманих даних сформульовано низку практичних рекомендацій для підлітків, їхніх батьків і педагогів:

1. Встановлення тимчасових обмежень: для мінімізації когнітивного навантаження рекомендується обмежити тривалість безперервного перегляду коротких відео до 15–20 хвилин.

2. Розвиток критичного мислення: корисно обговорювати побачене з дорослими чи однолітками для переходу від пасивного споживання до усвідомленого аналізу інформації.

3. Емоційна розрядка: важливо приділити час щоденній відмові від цифрових пристроїв, особливо перед сном і під час навчання.

4. Зміцнення альтернативних джерел позитивних емоцій: необхідно заохочувати підлітків до активностей, які стимулюють стійке відчуття задоволення (заняття спортом, хобі, читання книг тощо).

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Теоретичний аналіз підтвердив, що підлітковий вік є критичним періодом для формування навичок емоційної саморегуляції, що підвищує чутливість до впливу медіаконтенту. Емпіричні результати показали, що TikTok та Instagram Reels є провідними платформами для проведення дозвілля підлітків, водночас понад 45% опитаних демонструють ознаки надмірного споживання контенту. За результатами аналізу коваріацій виявлено, що хоча необтяжливий перегляд коротких відео не спричиняє моментального погіршення настрою чи активності, він помітно впливає на зменшення загального задоволення емоційним станом. Було створено методологічний інструментарій на основі семантичного диференціала для оцінки та моніторингу емоційного стану молоді в умовах цифрової реальності.

Подальші дослідження повинні зосередитися на розкритті довготривалих наслідків систематичного споживання короткометражного медіаконтенту, а також на виявленні гендерних особливостей емоційних реакцій підлітків на різні типи медіаматеріалів.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Литвиненко О. Становлення особистості підлітка (онтогенетичний і дизонтогенетичний аспект) : монографія. Харків : ФОП Панов, 2021. 352 с. ISBN 978-617-7947-82-9.
2. Лозова О. М., Литвиненко О. О. Змістові індикатори особистісної спрямованості у персональних наративах підлітків із депривацією вербального розвитку. *Психолінгвістика*. 2021. Т. 30, № 1. С. 114–138. DOI: 10.31470/2309-1797-2021-30-1-114-138.
3. Ivry R. Cognitive neuroscience: the biology of the mind. New York : Norton and Company, 2009. 441 p.
4. Kaye D. B. V., Chen X., Zeng J. The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*. 2021. Vol. 9. P. 229–253. DOI: 10.1177/2050157920952120.
5. Mendonça I., Coelho F., Rando B., Abreu A. M. A comparative study of short-term social media use with face-to-face interaction in adolescence. *Children*. 2025. Vol. 12, No. 4. Art. 460. DOI: 10.3390/children12040460.
6. Nguyen L., Walters J., Paul S., Monreal Ijurco S., Rainey G. E., Parekh N., Blair G., Darrah M. Feeds, feelings, and focus: a systematic review and meta-analysis examining the cognitive and mental health

correlates of short-form video use. *Psychological Bulletin*. 2025. Vol. 151, № 9. P. 1125–1146. DOI: 10.1037/bul0000498. PMID: 41231585.

7. Osgood C. E., Suci G. J., Tannenbaum P. H. The measurement of meaning. Urbana : University of Illinois Press, 1957. 342 p.

8. Shadish W. R., Cook T. D., Campbell D. T. Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference. Boston ; New York : Houghton Mifflin Company, 2002.

9. Talukdar J. The impact of social media on adolescent mental health: a comprehensive review. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*. 2024. Vol. 4, No. 4. P. 98–104. DOI: 10.55544/ijrah.4.4.16.

10. Zhu J., Fong L. H. N. Self-control and problematic short-form video usage: the mediating roles of automaticity and value-driven attention. *Behaviour & Information Technology*. 2025. Vol. 44, № 3. P. 1–11. DOI: 10.1080/0144929X.2025.2452367

*Дата першого надходження статті до видання: 13.02.2026*

*Дата прийняття статті до друку після рецензування: 11.03.2026*

*Дата публікації (оприлюднення) статті: 25.05.2026*