

БРЕЙНРОТ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН: ВПЛИВ НИЗЬКОПРОБНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ НА ЕМОЦІЙНИЙ СТАН І РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬООСОБИСТІСНОГО КОНФЛІКТУ СТУДЕНТІВ

BRAINWORLD AS A PSYCHOLOGICAL PHENOMENON: THE INFLUENCE OF LOW-PROBLEM MEDIA CONTENT ON THE EMOTIONAL STATE AND DEVELOPMENT OF INTRAPERSONAL CONFLICT OF STUDENTS

УДК 159.922.6

DOI <https://doi.org/10.32782/hbts.75.2.34>

Стаття поширюється на умовах
ліцензії CC BY 4.0

Потоцька І.С.

к.психол.н., доцент кафедри педагогіки
та психології
Вінницький національний медичний
університет імені М.І. Пирогова

Рисинець Т.П.

к.психол.н., доцент кафедри педагогіки
та психології
Вінницький національний медичний
університет імені М.І. Пирогова

Дика А.В.

здобувач вищої освіти
Вінницький національний медичний
університет імені М.І. Пирогова

У статті здійснено комплексний психологічний аналіз феномена «брейнрот» як наслідку надмірного споживання низько-якісного цифрового контенту, насамперед на прикладі платформи TikTok. Автор розглядає брейнерот не лише як культурно-соціальне явище, а як специфічний стан афективно-когнітивної дезорганізації, що виявляється через зниження здатності до критичного мислення, емоційне виснаження, утрату мотиваційної структури діяльності й формування внутрішньоособистісного конфлікту. Здійснено історичний експурс у генезу поняття, визначено психологічні чинники, що сприяють його актуалізації в умовах цифрової гіперстимуляції. Результати емпіричного дослідження, проведеного серед студентської молоді, свідчать про дисонанс між суб'єктивними оцінками користі контенту й фактичним емоційним станом респондентів. Виявлено, що регулярне вживання короткоформатного, емоційно навантаженого, але інтелектуально спрощеного контенту викликає короткострокове покращення настрою, проте супроводжується тривалими наслідками для емоційної стабільності, саморефлексії та цілісного світосприйняття. Запропоновано психопрофілактичні стратегії, спрямовані на подолання негативних наслідків цифрової залежності: цифровий тайм-менеджмент, афективну регуляцію, розвиток медіаграмотності й психоедукацію. Зроблено висновок про необхідність подальших досліджень для глибшого розуміння психофізіологічних механізмів впливу цифрового середовища на молодь.

Ключові слова: брейнерот, внутрішньоособистісний конфлікт, психоемоційний стан,

соціальні мережі, застосунок TikTok, інформаційна втома, студентська молодь.

The article provides a comprehensive psychological analysis of the phenomenon of brainrot as a consequence of excessive consumption of low-quality digital content, primarily on the example of the TikTok platform. The author considers brainrot not only as a cultural and social phenomenon, but also as a specific state of affective and cognitive disorganization, which manifests itself through a decrease in the ability to think critically, emotional exhaustion, loss of the motivational structure of activity and the formation of intrapersonal conflict. A historical excursion into the genesis of the concept is made, and the psychological factors contributing to its actualization in the context of digital hyperstimulation are identified. The results of an empirical study conducted among students indicate a dissonance between subjective assessments of the usefulness of content and the actual emotional state of respondents. It was found that regular use of short-format, emotionally charged, but intellectually simplified content causes a short-term improvement in mood, but is accompanied by long-term consequences for emotional stability, self-reflection, and holistic worldview. The paper proposes psychoprophylactic strategies aimed at overcoming the negative consequences of digital addiction: digital time management, affective regulation, media literacy development, and psychoeducation. It is concluded that further research is needed to better understand the psychophysiological mechanisms of the impact of the digital environment on young people.

Key words: brainrot, intrapersonal conflict, psycho-emotional state, social networks, TikTok, information fatigue, student youth.

Цифровізація сучасного світу докорінно трансформувала комунікативний простір особистості, зумовивши появу нових психоемоційних і когнітивних викликів. Одним із таких викликів є феномен «брейнрот», що трактується як поступова деградація когнітивного потенціалу, афективна гіперреактивність і психоемоційне виснаження внаслідок надмірного споживання примітивного й сенсаційного медіаконтенту. У науковому дискурсі цей термін поки що не має чітко унормованого визначення, однак у публіцистичному та молодіжному середовищі він набуває широкого вжитку.

Оксфордський словник визначив словом 2024 року термін “brain rot”, що можна перекласти як «мозкове гниття» або «когнітивна деградація». Це словосполучення виражає стурбованість через вплив споживання надмірної кількості низькоякісного контенту онлайн, особливо в результаті користування соціальними мережами. У словниках brain

rot описують як передбачуване погіршення психічного або інтелектуального стану людини, зокрема, унаслідок надмірного споживання примітивного контенту.

Історичні корені поняття сягають критичних зауваг Г.Д. Торо, який уже в середині XIX століття окреслював інтелектуальну кризу як наслідок спрощення мислення. В умовах цифрової епохи ця проблема набула особливої гостроти у зв'язку з розвитком короткоформатних платформ на кшталт TikTok.

Спочатку люди виражали себе через наскельні малюнки, залишаючи свої зображення на стінах печер. З розвитком суспільства з'явилися театральні вистави, які стали важливим способом передачі історій та емоцій. Згодом, завдяки винаходу друкарського верстата, стало можливим масове поширення інформації через книги та газети, що значно змінило комунікацію в суспіль-

стві. Технологічний прогрес призвів до появи кінофільмів і телебачення, які відкрили нові можливості для передачі контенту й стали основними засобами масової комунікації.

Сьогодні платформи, такі як TikTok, дають змогу кожному створювати й миттєво ділитися контентом, що, з одного боку, значно збільшило доступність інформації, а з іншого – призвело до появи великої кількості низькопробного контенту, який часто не відповідає стандартам якості й несе сумнівну цінність.

Механізми сприйняття інформації в цифровому середовищі істотно відрізняються від традиційних: перевага надається швидкості, емоційності, візуальній яскравості, а не глибині чи аналітичності. Алгоритми TikTok, що працюють за принципом максимізації утримання уваги, активно формують залежність через дофамінову стимуляцію. Це провокує зниження тривалості концентрації уваги, перехід до кліпової свідомості й домінування поверхового емоційного реагування над рефлексивною діяльністю.

На рисунку 1 продемонстровано популярність соціальних мереж серед користувачів різних вікових категорій.

Як бачимо з представленого рисунку 1, TikTok є найбільш популярним серед вікової категорії 18–24 роки [5].

За результатами більш сучасного дослідження gemius Audience за березень 2025 року про використання соціальних мереж в Україні загалом і різними віковими групами зокрема, отримано подібні дані [4].

Чому ж TikTok є таким популярним серед молоді? На відміну від YouTube й інших соціальних мереж, він не вимагає від користувача активного пошуку контенту. Відео автоматично починають відтворюватися, і для перегляду не

потрібно робити жодних додаткових дій. Це дає змогу знизити когнітивні зусилля, адже користувач просто відкриває застосунок і відразу споживає інформацію.

TikTok характеризується форматом «швидкого дофаміну»: короткі, яскраві відео з інтригуючим візуалом і звуком швидко захоплюють увагу, що стимулює бажання перегортати стрічку та дивитися ще більше.

Також важливим є алгоритм підбору контенту, який миттєво персоналізує відео відповідно до інтересів користувача вже з перших хвилин перегляду.

Не менш значущим фактором є доступність і простота створення контенту. Кожен користувач може легко знімати, монтувати й публікувати відео прямо в застосунку, що значно спрощує процес і залучає ще більше людей до активного виробництва контенту.

TikTok просуває контент, який викликає сильні емоційні реакції – злість, шок або захоплення. Це пояснює, чому скандальні викриття часто набирають мільйони переглядів, а фейки, які грають на емоціях, здобувають вірусний ефект. Натомість контент, спрямований на освіту або корисну інформацію, не завжди має такий високий рівень попиту.

Сучасні психологічні дослідження приділяють велику увагу дослідженням впливу медіа контенту на психоемоційний стан людини [1; 2; 3; 6; 7; 8; 9].

TikTok поступово перетворюється на арену, де виграють не найкращі, а найгучніші. Блогери часто розпалюють конфлікти, маніпулюють фактами і створюють челенджі, які можуть бути навіть небезпечними. Унаслідок цього дезінформація поширюється швидше, ніж правдиві новини, і молодь усе більше орієнтується на гонитву за лайками, а не на розвиток критичного мислення.

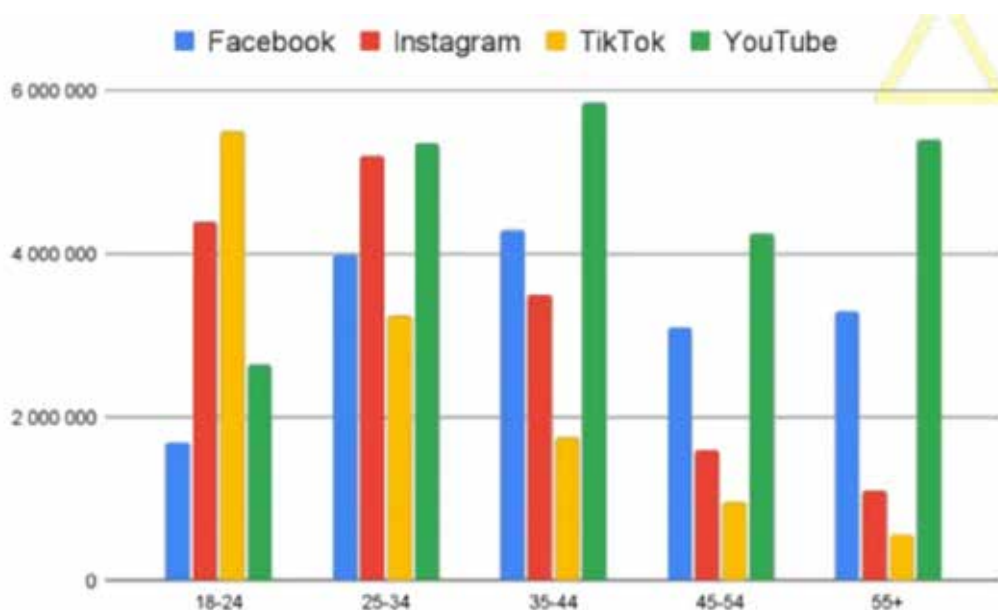


Рис. 1. Популярність соціальних мереж серед різних вікових категорій

Ми провели опитування студентів Вінницького національного медичного університету імені М.І. Пирогова (далі – ВНМУ) з першого по 5 курс віком від 17–22 років.

Метою дослідження було проаналізувати психологічні наслідки впливу низькопробного контенту TikTok на емоційну сферу та розвиток внутрішньособистісного конфлікту сучасної молоді.

Завданнями дослідження було таке:

- вивчити специфіку впливу TikTok на психоемоційний стан сучасної студентської молоді;
- визначити рівень усвідомлення часу, витраченого на платформу;
- дослідити наявність симптомів афективної дестабілізації та конфлікту самоїдентичності в студентів;
- сформулювати рекомендації для профілактики когнітивної деградації.

У дослідженні ми використали анкетування, що включало питання про якість контенту, психоемоційні реакції, рівень суб'єктивного та фактичного медіаспоживання. Застосовано методи дескриптивної статистики й контент-аналізу.

За результатами опитування студентів ВНМУ, 93,7% респондентів зазначили, що мають застосунок TikTok на своєму телефоні. Це свідчить про значну популярність цього застосунку серед сучасної студентської молоді. Результати проведеного нами опитування студентів ВНМУ представлено на рисунках 2, 3, 4.

З результатів, представлених на рисунку 2, виявлено, що більшість респондентів вважає значну частину відео низькопробними й такими, що не мають суті. Так, половина опитаних зазначила, що з 10 переглянутих відео від 4 до 6 є низькопробними, тобто понад 50% оцінили 4–6 з 10 переглянутих відео як змістовно порожні.

Наступним питанням опитування було, чи впливають переглянуті відео на їхні емоції, чи змінюють їх.

Як й очікувалося, більшість респондентів відзначила вплив переглянутих відео на їхній емоційний стан.

Емоційна реакція на перегляд низькопробних відео в TikTok представлена на рисунку 4.

Отже, 68,4% опитуваних відзначили, що їхній настрій покращується при перегляді таких відео.

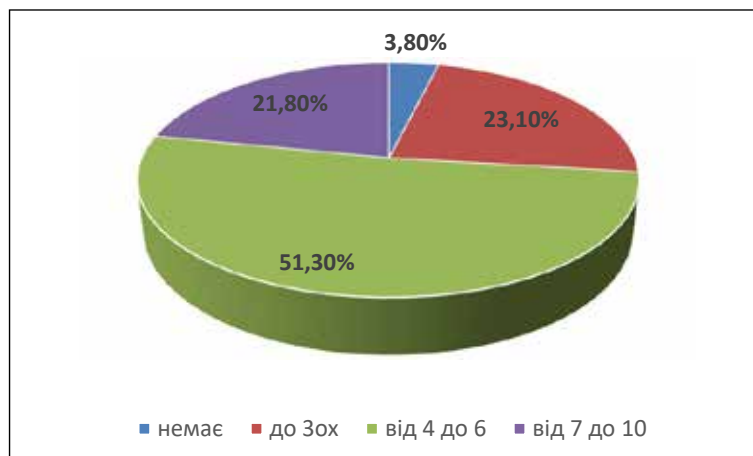


Рис. 2. Результати відповідей на питання «Скільки відео з 10 переглянутих, на Вашу думку, є низькопробними (які не мають суті)?»

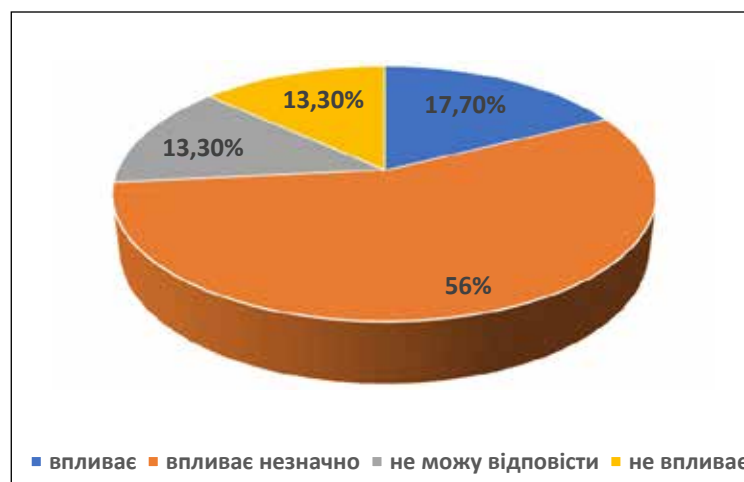


Рис. 3. Результати відповідей на питання «Чи впливає перегляд коротких відео у застосунку TikTok на Ваш емоційний стан?»

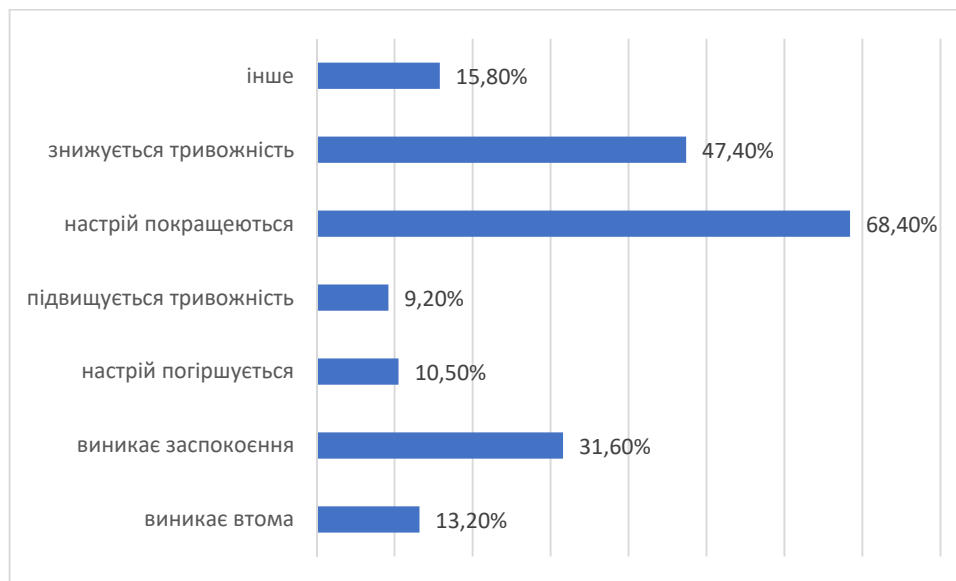


Рис. 4. Відсоткове відображення впливу переглянутих відео в TikTok на емоційний стан студентів ВНМУ

Крім того, 47,4% респондентів зазначили, що в них знижується рівень тривожності, а 31,6% наголо-сили, що це викликає відчуття заспокоєння.

Найменший відсоток опитуваних (9,2%) зазначив, що в них під час перегляду підвищується тривожність. Ці результати показують, що вплив низькопробного контенту на емоційний стан респондентів є однозначно позитивним, адже ці відео мають розважальний характер, подобаються глядачам, що й робить застосунок TikTok таким популярним.

Отже, спостерігається когнітивний дисонанс: задоволення від перегляду супроводжується відчуттям марності й соромом за витрачений час, що свідчить про формування внутрішньоособистісного конфлікту.

Одним із запитань анкети було суб'єктивно оцінити й фактично перевірити у своєму гаджеті кількість часу, витраченого на перегляд у стосунку. Результати представлено у таблиці 1.

Згідно з отриманими даними, середній час, витрачений респондентами на застосунок TikTok протягом тижня, за їхніми відчуттями, становить 13,2 години, що в середньому становить 1,88 години на день.

Але насправді середня кількість годин, витрачених респондентами на день, становить 4,83 години, а на тиждень – 16,11 години.

Ці цифри свідчать про те, що, хоча респонденти можуть не усвідомлювати повного часу, який вони

витрачають на TikTok, у реальності вони проводять значно більше часу в цьому застосунку, ніж можуть припускати. Це показує, що люди часто недооцінюють, скільки насправді витрачають на соціальні мережі, і що TikTok є одним із найбільш «затягуючих» застосунків, що швидко поглинає час.

Спостерігається афективна дестабілізація – емоційний стан характеризується нестійкістю, швидкою зміною настрою, фрагментарністю переживань. Ці характеристики поєднуються з феноменом «інформаційної втоми» й ефектом «емоційного вигорання» від надлишку сенсаційних подразників. Також виявлено симптоми зниження саморефлексії, зростання прокрастинації, втрати мотивації до довготривалих цілей.

Також результати свідчать про наявність конфлікту між Я-реальним і Я-ідеальним. Респонденти водночас визнають негативні наслідки тривалого користування TikTok, але не в змозі відмовитися від звички, що викликає фрустрацію, емоційне напруження й втрату відчуття контролю. У структурі конфлікту домінують елементи когнітивного протиріччя (усвідомлення шкідливості) та емоційної залежності (задоволення, компенсація стресу).

Для профілактики надмірного використання соціальних мереж, зокрема TikTok, можна вжити кілька ефективних заходів:

Цифровий тайм-менеджмент: установлюйте чіткі межі для часу, проведеного в соцмережах,

Таблиця 1

Порівняння суб'єктивного й фактичного (реального) сприйняття витраченого часу на перегляд відео у TikTok на тиждень

Використання часу в застосунку	У день	У тиждень
Суб'єктивне	1,88 год	13,2 год
Фактичне (реальне)	4,83 год	16,11 год

наприклад, використовуючи вбудовані функції контролю екранного часу. Це допоможе контролювати час і зберегти баланс у повсякденному житті. Замість безцільного скролінгу по соцмережах, спробуйте зайнятися спортом, читанням або іншим хобі. Такі заняття можуть стати чудовою альтернативою безперервному перегляду контенту. Для відновлення та зменшення звикання до постійних стимулів, можна ввести один-два детокс-дні на тиждень без використання соцмереж. Під час подорожей чи вихідних намагайся мінімізувати використання мобільного телефону, щоб зосередитися на справжньому досвіді.

Афективна регуляція: навчання навичок усвідомленого емоційного реагування, медитаційні практики.

Критичне мислення: розпізнавання маніпулятивного контенту, медіаграмотність.

Психоедукація: групові заняття із цифрової гігієни, обговорення ризиків цифрової залежності.

Отже, дослідження підтверджує гіпотезу, що надмірне споживання контенту в соціальних мережах, зокрема в застосунку TikTok, є актуальною проблемою сучасного суспільства. Отримані результати свідчать про наявність дисбалансу між суб'єктивною оцінкою часу, витраченого на платформу, і фактичними показниками.

Формування навичок медіаграмотності, упровадження особистих обмежень часу використання застосунків, упровадження «детокс-днів» та активна заміна пасивного контенту на продуктивну діяльність – ефективні стратегії профілактики надмірного споживання цифрового контенту.

Феномен брейнроту в молодіжному середовищі є проявом адаптаційної кризи в умовах цифрової гіперреальності. Його наслідками є афективна дестабілізація, когнітивна ерозія, зміна часових уявлень і зниження особистісної автономії. Надмірне споживання низькопробного контенту призводить до формування внутрішньоособистісного конфлікту між прагненням до продуктивності й фактичним станом медіазалежності.

У наступних дослідженнях доцільно проаналізувати вплив окремих типів відеоконтенту на когнітивні функції, емоційний стан і мотивацію до навчання, а також вивчити відмінності в реакціях користувачів різного віку та соціального статусу.

Доцільним є розширення вибірки, проведення когнітивного тестування, біофідбек-аналізу рівня емоційної реактивності, вивчення психофізіологічних механізмів цифрової залежності, а також розроблення програм психокорекції та психологічної реабілітації осіб із симптомами цифрового виснаження.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Доскач С., Костик Л. Технології інформаційно-маніпулятивного впливу на суспільно-політичну свідомість та поведінку сучасної молоді. *Наука і освіта*. 2021. № 2. С. 27–33. URL: <https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/articles/2021-2-doc>.
2. Зеленін В., Чопик Л., Доскач С. Вплив медіа на масове сприйняття та психологічний стан громадян. *Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія*. 2024. Т. 12, № 2. С. 213–219. URL: <https://humstudios.com.ua/uk/journals/tom-12-2-2024/vpliv-media-na-masove-sprynyattya-ta-psikhologichny-stand-gromadyan>.
3. Жучкова О.О. Вплив соціального медіа на психічне здоров'я молоді: аспекти самооцінки та емоційного стану : кваліфікаційна робота / Херсонський державний університет. Херсон, 2024. 48 с. URL: <https://ekhsuir.kspu.edu/items/45b99155-03cd-4450-a486-4e61c4bfa292>.
4. Мрака Н.М. Вплив медіа-контенту на студентську молодь під час війни в Україні (на прикладі фільму «Україна в огні 2»). *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія «Психологічна»*. 2022. № 1. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/handle/1234567890/5969>.
5. Огляд соціальних мереж в Україні – березень 2025. *Gemius*. 2025. 26 березня. URL: <https://gemius.com/ua/%D0%B1%D0%BB%D0%BE%D0%B3/oglyad-socialnih-merezh-v-ukrayini-berezen-2025/>.
6. TikTok став найпопулярнішою соцмережею серед молоді в Україні. *Волинські новини*. 2024. 12 червня. URL: <https://www.volynnews.com/news/all/TikTok-stav-naypopuliarnishoiu-sotsmerezheiu-sered-molodi-v-ukrayini/>.
7. Усик В.В., Юрковська О.Є. Дослідження впливу складових медіаконтенту на емоційний стан глядача. Інформаційні технології та моделювання в прикладній фізиці : матеріали 10-ї Міжнародної науково-практичної конференції, 11–13 листопада 2021 р., Харків. Харків : НТУ «ХПІ», 2021. С. 15–17. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/0204ac4e-232b-48a6-9f9f-1d48d7a545be>.
8. Усенко С.Г., Ммоквелу М.Ч. Аналіз впливу соціальних мереж на емоційний стан людини. *Науковий простір : матеріали VI Всеукраїнської наукової конференції (15 грудня 2023 р., м. Київ)*. Київ, 2023. С. 474–475. URL: <https://repo.knmu.edu.ua/items/69d09ec8-4a28-48e7-9618-a81313dd678b>.
9. Хоменко-Семенова Л.О., Прохоренко Я.С. Вплив інформаційного контенту на емоційну стійкість студентів ЗВО в умовах воєнного стану. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія «Педагогіка, психологія»*. 2022. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/58489>.