

УДК 159.9:316.6

Гусев Ігор Миколайович

Кандидат психологічних наук, науковий співробітник

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ, Україна

ORCID ID 0000-0002-3426-8799

ihor.husiev@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ З МЕДІА В ПРОЦЕСІ АДАПТАЦІЇ СПІЛЬНОТИ ДО УМОВ І НАСЛІДКІВ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

У статті наведено данні емпіричного дослідження, яке виявило базові особливості взаємодії спільноти з медіа. Виявлено п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіа, які мають різний рівень прояву залежно від віку, матеріального забезпечення, найбільш вживаного медіа тощо. Взаємодія з медіа через «патерналістсько-негативістську» особливість характеризується негативним ставленням до споживаного медіаконтенту і перекладанні відповідальності за нього на державу. Тоді як «унікаюча» особливість спирається на бажання особи свідомо обмежити себе у використанні медіа для уникнення потрапляння на медіаконтент, що пов'язаний з воєнним конфліктом. Прояв таких особливостей більш притаманний спільнотам з низьким рівнем матеріального забезпечення і які використовують медіа, що залучають російське телебачення і соціальні мережі Вконтакте і Однокласники. Такі особливості взаємодії з медіа як «раціонально-емпатійна» і «споглядацька» характеризуються оперуванням широким масивом медіаконтенту, раціональним оцінюванням споживаної інформації або її накопичення для формування подальшого ставлення. Такі особливості частіше проявлені в спільнотах з середнім і високим рівнем матеріального забезпечення, де провідними медіазвичками є використання Інтернету для пошуку новин, соціальні мережі Facebook і Twitter, а також онлайн перегляд телебачення. «Емоційно-інтуїтивна» особливість спирається на сталі звички застосування медіа, які продукують емоційні реакції на споживаний медіаконтент у вигляді прояву жалю, співчуття, співпереживання. Ця особливість притаманна спільноті яка використовує загальнонаціональне телебачення і не має життєвого досвіду взаємодії з вразливими групами населення (внутрішньо переміщені особи, учасники бойових дій тощо).

Визначено базові вектори адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі взаємодії з медіа: продуктивний вектор, який характеризується раціональним використанням медіа та емпатійним ставленням до внутрішньо переміщених осіб, а також споглядачною позицією, що проявляється у використанні різноманітних медіа для накопичення інформації та у нейтральній оцінці медіаконтенту, що споживається; вектор адаптації з деструктивними проявами, зміст якого визначається патерналістським ставленням до медіаконтенту, його хаотичним споживанням, негативним ставленням до переселених осіб і перекладанням відповідальності на державні інституції; проміжний адаптаційний вектор, особливостями якого є емоційно-інтуїтивна позиція, що виявляється в інтуїтивному пошуку і взаємодії з медіаконтентом, а ставлення до соціально-політичних подій в країні ґрунтується на емоційних факторах (співпереживання, співчуття, жалість).

Ключові слова: медіа; медіаконтент; медіазвичка; адаптація; психологічні особливості; факторний аналіз; воєнний конфлікт.

PECULIARITIES OF INTERACTION WITH MEDIA IN THE PROCESS OF THE COMMUNITY ADAPTATION TO THE CONDITIONS AND CONSEQUENCES OF MILITARY CONFLICT

Ihor M. Husiev

PhD, researcher

Institute of Social and Political Psychology of NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID ID 0000-0002-3426-8799

ihor.husiev@gmail.com

Abstract. The article presents an empirical study that revealed the basic peculiarities of the community interaction with media. Five psychological peculiarities of community interaction with the media. Interaction with the media through the «paternalistic-negative» peculiarity is characterized by a negative attitude to the consumption of media content and the transfer of responsibility for it to the government. While the «avoidance» peculiarity is based on the desire of a person to deliberately, limit himself to using media to avoid getting into a media content that is related to a military conflict. The displaying of such peculiarity is more common to communities with a low level of material support and use the media such Russian television and social networks

Vkontakte and Odnoklasniki. Such peculiarities of interaction with the media as «rational-empathy» and «observed» are characterized by the operation of a wide array of media content, rational assessment of the information consumed or its accumulation to form a further relation. Such features are more common in medium and high-level material provision communities where the use of the Internet for news search, Facebook and Twitter social networking, and online TV viewing are the leading media literate. The «emotional and intuitive» peculiarity is based on the steady habits of the media, which produce emotional responses to the consumed media content in the form of display pity, compassion and empathy. This peculiarity is inherent in a community that uses national TV and does not have a life experience of interaction with vulnerable groups of the population (internally displaced persons, combatants, etc.).

The basic vectors of community adaptation to the conditions and consequences of a military conflict in the process of interaction with the media are defined. A productive vector characterized by rational use of the media and the empathy of internally displaced persons, as well as a contemplative position that manifests itself in the use of various media for the accumulation of information and in a neutral estimation of consumed medical consumption. The vector of adaptation with destructive manifestations, the content of which is determined by the paternalistic attitude to media content, its chaotic consumption, the negative attitude towards the displaced persons and the transfer of responsibility to the state institutions. An intermediate adaptation vector, features of which is the emotional and intuitive position, which is displayed in the intuitive search and interaction with media content, and the attitude to socio-political events in the country is based on emotional factors (empathy, compassion, and pity).

Keywords: media; media content; media skills; adaptation; psychological peculiarities; factor analysis; military conflict.

Постановка проблеми. Процес активного розвитку медіатехнологій істотно впливає на всі сфери функціонування особистості, зокрема і на її особливості взаємодії з медіа. Як і будь-яке складне явище, новітні види медіакомунікації мають амбівалентний вплив на психологічні процеси і на поведінку зокрема. З одного боку, вони допомагають у процесі адаптації людини до нових умов, полегшуючи щонайменше знаходження потрібної інформації. З другого боку, сучасні медійні засоби вимагають адаптації до себе, часом ускладнюючі процеси, які людина могла зробити безперешкодно без залучення тих чи тих медіатехнологій.

Роль медіа у контексті вивчення досвіду інших спільнот та прошарків починає активно досліджуватися у зв'язку з масованим використанням медіа технологій, які є сучасної та потужної зброєю, мішенню якою є, в першу чергу, свідомість особи в різних спільнотах. Характерним є суттєва зміна характеру, змісту та форми медіа комунікацій в різних сферах життя, особливо в політичній, і розширення функцій медіа в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Виділяють головні функції впливу медіа на людину і спільноти в цілому:

- Релаксаційна: відпочинок з телевізором чи іншими медіа засобами відволікає від повсякденних турбот та обов'язків.
- Компенсаторна: медіа створюють можливість компенсації дефіциту міжособистісних контактів. Особливо характерно для підлітків й молоді, які, щоб подолати відчуття самотності, слухають музику, «блукають» в Інтернеті тощо.
- Просвітня (неформальної освіти): як джерело інформації та просвіти, часто суперечливої й несистематизованої.
- Світоглядна: полягає у засвоєнні широкого спектра соціальних норм і формування ціннісних орієнтацій особистості [Мишишин и Троханяк, 2006].

Світ медіа в цілому створює медіа-віртуальності, що притаманні певним спільнотам – це психологічне утворення, яке полягає в атрибуції штучно створеному інформаційному явищу статусу життєвої реальності, включення його в життєвий простір

суб'єкта (і особистості і спільноти). Виділено 5 вимірів створюваної медіа-віртуальності (які можна в певний спосіб оцінити):

- контекстуальність – створення ефекту постійного існування медіа-віртуальності, добудовування її до неперервності;
- реалістичність – достовірність симуляції (відображення) об'єктивної реальності з точки зору комунікатів;
- активність – експансія віртуального світу медіа в міжособистісний простір спілкування, інтерактивність;
- керованість – підкорення віртуальності волі комуніката, його незалежність і автономність;
- ресурсоздатність – потенція надання ресурсів, які можуть бути використані комунікатом, складова його мотивації [Найдьонова і Баришполець, 2010, с.178- 180].

Індивідуальні навички у процесі застосування медіа розуміються як здатність діяти у трьох площинах: поведінкові здібності або практичне використання, (так звані користувацькі здібності), критичні знання або когнітивна компетентність, і прагнення в яких набір навичок може сформуватись, тобто комунікація, соціальні стосунки, участь в публічній сфері, творчість.

Дискусії щодо впливу медіа на процес адаптації відбуваються досить активно в науковому середовищі. З одного боку, велика кількість досліджень присвячено негативним аспектам застосування Інтернету (інтернет-адикції, хакерству, аутизації, «ігровий наркоманії», неадекватним ефектам у процесі соціальної перцепції тощо). З іншого боку, висувуються нові гіпотези, згідно з якими навіть сам зміст вищезазначених інтернет-ризиків може бути переосмисленим. Так, наприклад, передбачається, що супутні феномену інтернет-адикції залученість у діяльність, високу пізнавальну активність і готовність до подолання виникаючих проблем можна трактувати як такі, що мають ресурсний потенціал для продуктивної адаптації. Стверджується, що в такій інтерпретації залежності від певних медіа можна розглядати вже не як патологічний феномен, а як нову мотивацію пізнавальної діяльності [Белинская, 2013].

Як зазначає Л.А. Найдьонова, комплексний підхід передбачає врахування вікових особливостей користувачів Інтернету. Стверджується, що самі по собі медіа не є причиною вольових чи інших розладів особистості. У свою чергу, системне ігнорування вікових та індивідуальних потреб особистості, може проявитися у формі порушень функціонування особистості, одним з яких може стати інтернет-адикції [Найдьонова, 2013, с.51].

Автори досліджень, присвячених вивченню взаємодії людини з сучасними медіа, часто акцентують увагу на тому, що не завжди вдається встановити вектор впливу у взаємодії користувачів із медіа, а однозначне ствердження, що саме знаходження в віртуальній реальності стало причиною тих чи інших особистісних змін є далеко не завжди коректним. Так, за даними досліджень спілкування дітей та підлітків у мережі в ракурсі його інтенсивності та впливу на позамережеву комунікацію, встановлено, що вплив Інтернету на соціальні зв'язки не має універсальних параметрів та вираженості і визначається радше особистісними і ситуативними факторами [Кузнецова и Чудова, 2008, с.62]. Неоднозначність впливу медіа середовища є тим фактором, який треба враховувати і при характеристиці психологічної адаптації спільноти в контексті їх взаємодії з кіберпростором. Ті чи інші практики з медіа можуть корелювати з певними показниками психологічної адаптації користувачів, проте однозначне трактування причинно-наслідкового зв'язку в цьому випадку варто досліджувати окремо.

Таким чином, побудова ефективних стратегій адаптації спільнот до умов і наслідків війни може відбуватися через продуктивне застосування медіа у тісному зв'язку з

підвищенням медіакомпетентності і зменшенню впливу маніпулятивних технологій через наявний медіаконтент.

Мета статті полягає у визначенні особливостей взаємодії спільноти з медіа і знаходження їхнього зв'язку зі стратегіями адаптації до умов і наслідків воєнного конфлікту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Емпіричне дослідження складалося з двох основних етапів: проведення опитування за розробленою анкетною і модерування фокус-груп. У такий спосіб ми виявляли особливості взаємодії спільноти з медіа, а також прояви цих особливостей залежно від різного вектору адаптації.

Для визначення психологічних особливостей взаємодії з медіа було використано метод факторного аналізу. Факторний аналіз дає змогу виявити не лише кореляції між змінними та латентні фактори, а й ті компоненти, що пояснюють більшу дисперсію [Наследов, 2004]. За допомогою цього методу можливо визначити конструкти, які є найбільш статистично незалежними і, перетинаючись, утворюють простір ознак, що можуть бути проінтерпретовані як психологічні особливості взаємодії спільноти з медіа.

Так, до проведення основного опитування було виокремлено репертуар найбільш поширених медіа, які найбільш часто використовуються особами для доступу до інформації, обговорення отриманої інформації і її інтерпретування. Окрім цього виявлено найбільш контроверсійні теми, які пов'язані з воєнним конфліктом і при цьому вимагають від особи формування певного ставлення, адаптації до нових умов.

У березні 2017 р. було проведено 10 глибинних інтерв'ю з мешканцями Києва (3 особи), Львова (3 особи) і Харкова (4 особи), які відрізнялися за віком, освітою, фахом, рівнем добробуту. Із ними було проведено інтерв'ю тривалістю не більше однієї години під час якого обговорювалися теми використання тих чи тих медіа, з'ясування залежності використання медіа від ситуації, найбільш помітні теми державного масштабу, які стали наслідками воєнного конфлікту.

Якісна обробка даних полягала у використанні методу контент-аналізу отриманих відповідей респондентів для визначення основного набору провідних медіа, головних проблемних тем, які пов'язані з воєнним конфліктом і вимагають від респондентів проявляти власну адаптивність, окрім цього виявлялось ставлення до споживаного медіаконтенту.

Для першого етапу дослідження було відібрано декілька змістовних блоків, які наповнювались відповідними запитаннями. Такими блоками стали:

- Найбільш часто вживані медіа, що пов'язані з використанням засобів масової інформації.
- Особливості поводження з медіаконтентом: перевірка інформації, вимоги до медіаконтенту, можливість відрізнити фейковий медіаконтент від правдивого тощо.
- Ставлення до проблемних тем пов'язаних із воєнним конфліктом: бойові дії, внутрішньо перемішені особи, благодійність тощо.
- Соціально-демографічні характеристики для виокремлення різних спільнот за фахом, віком, освітою тощо.

Таким чином для цього етапу емпіричного дослідження був сформований авторський опитувальник, який включав у себе 98 запитань.

Метою аналізу емпіричних даних було визначення психологічних особливостей та використання спільнотою медіа і знаходження відмінностей у прояві цих особливостей залежно від соціально-демографічної характеристики спільноти.

Опитування проводилося в квітні-травні 2017 р. в усіх областях України, окрім тимчасово окупованих і непідконтрольних територій. Вік респондентів – від 18 до 65 років. Загальна кількість опитаних – 1875 осіб, серед яких жінок – 58%, чоловіків – 42%.

Статистичні методи обробки даних включали методи факторного і кореляційного аналізу та методи статистичної перевірки значущості емпіричних даних (обробка даних методами багатомірної статистики проводилася в статистичному пакеті IBM SPSS Statistics 20).

Найбільш характерними особливостями застосування медіа стали наступні. Зростання числа Інтернет користувачів супроводжується змінами в структурі медіа-споживання спільноти: традиційні ЗМІ (телебачення, преса, радіо) поступово втрачають свою аудиторію, поступаючись місцем новинним сайтам і соціальним мережам ($p \leq 0,05$). Очевидно, що тенденція зростання онлайн-джерел збережеться, адже чим молодша аудиторія, тим вище їх популярність (у віці до 35 років частка інтернет ЗМІ перевищує 80%). Рівень значущості у цьому зв'язку дорівнює $p \leq 0,01$.

Респондент частіше користується соціальним мережам і агрегаторами новин (наприклад, *ukr.net*), а не конкретними інтернет-виданнями ($p \leq 0,05$). Говорячи про соціальні мережі, лідерство тримає Вконтакті, але у зв'язку із блокуванням цього ресурсу попит на користування змінюється у бік Facebook ($p \leq 0,1$).

У цілому респонденти декларують довіру тільки до українських джерел. Довіра до російських Інтернет-ресурсів знаходиться на низькому рівні і в основному формується населенням сходу і півдня України ($p \leq 0,05$).

Ставлення до соціально-політичних подій, що пов'язані з воєнним конфліктом, також має характерні особливості. Найбільш поширена інтерпретація подій на Донбасі - зіткнення з Росією: перш за все війна або конфлікт, спецоперація агресора. Найпомітніше ця позиція проявляється на Заході і Півночі ($p \leq 0,05$).

Частка тих, хто мав досвід особистого спілкування з внутрішньо переміщеними особами з Донбасу є досить висока (35%), особливо в Східному регіоні (50%). Також висока частка тих, хто допомагав переселенцям (21%), найбільше в Дніпропетровській області (26%). Разом з цим частка, тих хто допомагав українській армії – 30%.

Більшість вважає, що темі переселенців в ЗМІ приділяють достатньо уваги. Найбільш поширена думка, що ЗМІ показують тільки кращі приклади і історії про переселенців ($p \leq 0,05$).

Психологічний зміст особливостей взаємодії спільноти з медіа в умовах воєнного конфлікту був встановлений за допомогою факторного аналізу, що здійснювався за методом головних компонент з обертанням Varimax Normalized. Оптимальна кількість факторів, що виділилися, та їхня статистична значущість перевірялися за критерієм Кайзера [Бююль и Цефель, 2005].

Після Varimax обертання утворилося п'ять значущих факторів, що описують 53,5% загальної дисперсії. Згідно з критерієм адекватності вибірки Кайзера-Мейера-Олкіна ($KMO = 0,701$) вибірка є адекватною для проведення факторного аналізу. За критерієм сферичності Бартлетта, що визначає нормальність розподілу змінних, отримані дані прийнятні для проведення факторного аналізу (0,000; $p \leq 0,001$).

Перший фактор, загальний вклад якого в сумарну дисперсію становить 14,1%, дістав назву «патерналістсько-негативістська» особливості взаємодії з медіа. Цей фактор описує такий характер взаємодії з медіа як незначна увага до достовірності медіа інформації, зменшення проблематизації поширення неправдивого контенту. Також ставлення до соціально-політичних проблем держави ґрунтується на негативізмі перекладанні відповідальності на державу. Інформація про внутрішньо перемішених осіб сприймають у негативний спосіб і загалом великою мірою недовіряють жодним медіаканалам.

Другий фактор (12,9% дисперсії) можна охарактеризувати, як такий що спрямований на перевірку інформації з медіаканалів через актуальність проблеми поширення замовного/фейкового контенту. Окрім цього ставлення до соціально-

політичних проблем держави має раціональну оцінку і ґрунтується на власному досвіді, а саме: особисте спілкування з внутрішньо перемішеними особами, благодійна допомога таким категоріям громадян. Присутність більшою мірою такого медіаконтенту, що позитивно висвітлює теми пов'язані з воєнним конфліктом. Через це цей фактор дістав назви «раціонально-емпатійна» особливість взаємодії з медіа.

У третьому факторі «емоційно-інтуїтивному» (10,7%) поєдналися такі характеристики як байдуже ставлення до розповсюдження фейкового/замовного контенту, через це ідентифікація такої інформації відбувається в інтуїтивний спосіб, або за звичкою. Ставлення до соціально-політичних проблем не походить від власного досвіду, а формується через емоційну сферу: співпереживання, співчуття, жалість.

Широке застосування різноманітних медіа (телебачення, інтернет, паперові видання тощо) для отримання великої кількості інформації, і у той же час загалом нейтральна оцінка цього медіаконтенту, що споживається. Оцінка соціально-політичних подій відбувається беземоційно, у нейтральний спосіб. Повнота отриманої інформації є важливішою за надання оцінки цій інформації. Такі характеристики утворили четвертий фактор, який ми інтерпретували як «споглядацька» взаємодія з медіаконтентом. Вклад у сумарну дисперсію цього фактору становить 8,5%.

До п'ятого фактору (7,3%) ввійшли такі характеристики як самостійне обмеження власного медіапростору і репертуару вживаних медіа, відсутність виразного ставлення до подій пов'язаних з наслідками воєнного конфлікту. Цей фактор отримав назву «уникаюча» взаємодія з медіа.

У такий спосіб ми виявили п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіа, а саме: «патерналістсько-негативістська», «раціонально-емпатійна», «емоційно-інтуїтивному», «споглядацька», «уникаюча».

Наступний крок аналізу емпіричних даних мав на меті з'ясувати притаманність функціонування виокремлених психологічних особливостей у різних спільнотах, а також залежність прояву цих особливостей від найбільш вживаних медіа ресурсів. Було застосовано метод двовимірного аналізу на основі використання тесту χ^2 і створення таблиць спряженості.

Так, респонденти, які мають низький рівень статків і менший рівень освіти частіше демонструють «патерналістсько-негативістську» особливість взаємодії з медіа. Окрім цього, важливо що ця особливість більше проявлена серед тих, хто більшою мірою використовує такі медіа як російське телебачення і російські сайти з новинами. За критерієм χ^2 Пірсона коефіцієнт статистичної значущості становить 0.001 ($p \leq 0,001$).

Отже, малозабезпечені і малоосвічені респонденти частіше використовують медіа для знаходження критичного контенту, який спрямований на подачу інформації у негативному ключі, у той час як відповідальність за появу такого контенту перекладається на державні інституції. Прояв цієї особливості загострюється у тих хто надає перевагу російським медіа.

Аналізуючи ступень вираженості «раціонально-емпатійної» особливості, можемо зазначити, що вона притаманна респондентам у віці 36-45 років, які мають вищу освіту, середнє і вище матеріальне забезпечення. Серед практик пов'язаних із медіа виділяються пошук новин в мережі Інтернет для цієї особливості (відмінність на рівні $p \leq 0,05$). Такі показники дозволяють говорити, що рівень освіченості і матеріального забезпечення впливає на те, що медіаконтент такими особами перевіряється частіше, а подані факти сприймаються більш критично. У той же час через власний досвід частіше проявленими є емпатія і потреба у наданні допомоги уразливим групам населення (внутрішньо перемішені особи, учасники бойових дій тощо).

Прояв «емоційно-інтуїтивної» особливості взаємодії з медіа притаманна особам, які мають середній рівень матеріального забезпечення, не мають досвіду спілкування з

вразливими групами населення (внутрішньо переміщені особи, учасники бойових дій тощо) і частіше використовують загальнонаціональне телебачення як провідні медіа. Характер прояву такої особливості досить суперечливий, адже в першу чергу залучає емоційну сферу особи (хвилювання, жаль), інформаційний контент споживається за звичною практикою (переглядання телебачення) без формування чіткого ставлення до наведених фактів.

«Споглядацька» особливість взаємодії з медіа, яка має таке наповнення, що включає в себе широке використання медіа, накопичення інформації і її активне споживання, при цьому нейтральні оцінки про соціально-політичні події в державі. Така особливість проявляється серед осіб, що використовують такі медіа як соціальні мережі (Facebook, Twitter), переглядання форумів і онлайн-телебачення, а також ті респонденти, хто мають вік 26-35 років ($p \leq 0,05$). Отже, можемо говорити, що молодь, яка активно користується Інтернет медіа більшою мірою не надає однакових оцінок подіям, які відбуваються, і схильна до накопичення інформаційного контенту.

Особливість «уникнення» у взаємодії з медіа полягає в тому, що особа самостійно обмежує себе у отриманні певного інформаційного контенту, ухилення від надання оцінок соціально-політичним подіям, концентрування на нейтральній і уникнення контроверсійної інформації. Така особливість характерна для тих, хто використовує практики, що пов'язані з соціальними мережами (Вконтакте, Однокласники), ведення блогів, участю в онлайн-іграх, а також для мешканців Східної України: Донецька і Луганська області ($p \leq 0,05$).

Таким чином, можемо говорити про психологічні особливості взаємодії з медіа, які можуть бути провідними для різних спільнот і окрім цього у різний спосіб впливати на стратегії адаптації цих спільнот.

Для знаходження основних векторів адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту, а також для знаходження взаємозв'язку між цими векторами і виділеними вище особливостями взаємодії з медіа було вирішено провести другий етап емпіричного дослідження.

У вересні-жовтні 2017 року була проведена серія фокус-групових дискусій у наступних містах: Київ, Львів, Одеса, Харків, Вінниця. По 2 фокус-групи у кожному місті, учасниками яких були 8 осіб, які мали різний спектр користування основними медіа в Інтернеті, телебаченні і друковані ЗМІ. Дискусія проходила за структурованим планом, який передбачав обговорення медіа і їхнього використання респондентами, їхнього адаптаційного потенціалу до подій, які пов'язуються з воєнним конфліктом, а також способів опрацювання медіаконтенту.

Отримана інформація опрацьовувалась за методом контент-аналізу і у такий спосіб було знайдено вектори адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі використання медіа.

На адаптаційні процеси сильно впливає ставлення до подій, які спричинені воєнним конфліктом. Узагальнюючи відповіді респондентів стосовно цієї тематики, можна зробити такі висновки.

Висвітлення теми воєнних дій на Донбасі пов'язано з оперативністю, проте, із неправдивістю і необ'єктивністю, зокрема, всі респонденти переконані, що новини українського походження підіграють державним інститутам.

В цілому новин на цю тему дуже багато, але вони формальні і однотипні – їм не вистачає різнобічної інформації, крім статистики. Найбільш чесно і повно події на Донбасі висвітлюються в Інтернеті, в той час як телебачення стосується цієї теми дуже вибірково, інтерпретації відбуваються, на думку респондентів, з урядової точки зору.

На відміну від воєнних дій, новин про переселенців дуже мало, хоча в цілому вони все ж допомагають переміщеним особам адаптуватися і виховують толерантність до цих

людей серед решти населення. Найактивніше ця тема піднімається на телебаченні (канал «Україна»), однак, інформації від цього ЗМІ більшість респондентів не довіряють - вона подається з метою піару власника. Найбільш чесним джерелом інформації про переселенців медіа споживачі вважають Інтернет, особливо блоги і соціальні мережі.

Серед особливостей медіазвичок, які впливають на адаптаційні процеси спільноти варто виокремити такі. Новини для абсолютної більшості респондентів, незалежно від регіону проживання, є дуже важливою складовою життя, але в той же час, і джерелом погіршення емоційного фону – більшості медіа споживачів слово «новини» асоціюється з негативними емоціями і стресогенними факторами (військові дії на Донбасі, трагічні події в Україні та світі тощо).

Більшість респондентів в цілому не задоволені якістю новин в Україні. Вважають їх здебільшого необ'єктивними і політизованими і тому схильні перевіряти отриману інформацію в різних типах джерел, обов'язковим з яких є Інтернет. Крім того, частина респондентів звертаються як до українських, так і до російських новин, щоб оцінити ситуацію з обох сторін, однак, перевагу віддають все ж загальнонаціональним ЗМІ.

Найбільш цікавить респондентів тема війни на Донбасі. Слід зазначити, що медіа споживачі звертаються до новин на цю тему мотивуючи це тим, що хочуть побачити які-небудь ознаки наближення перемоги/миру.

Більшість респондентів вказують на тотальну нестачу освітлення позитивних подій в новинних випусках, особливо загальнонаціональних ЗМІ.

Найважливішими характеристиками якісного медіаконтенту були визнані «чесність», «своєчасність», «об'єктивність» і «відокремлення фактів від коментарів».

Нова і вкрай важлива тематика - військові дії - змусила респондентів регулярно стежити за новинами. На їхню думку, за останні два-три роки змінилися не тільки новини, скільки їх сприйняття: сам медіа споживач став більш критичним і вибіркоким, і тому ангажованість ЗМІ і їх спроби маніпулювати суспільною свідомістю відчуються гостріше.

Загалом обговорюючи різні засоби реагування на виклики через воєнний конфлікт, було виокремлено три вектори адаптації спільноти в процесі взаємодії з медіа.

Продуктивний вектор адаптації спільноти, яка включає раціонально-емпатійну і споглядальну особливості взаємодії з медіа. Такий вектор дозволяє отримувати широкий спектр медіа контенту, що може дозволяти особі формувати раціональне ставлення до відповідних подій і краще до них адаптуватися. Окрім цього, такий спосіб адаптації залучає емоційну (емпатія, співпереживання тощо) сферу особи, що полегшує адаптаційні процеси до наслідків воєнного конфлікту. Головними особливостями використання медіа спільнотою з таким вектором адаптації є перегляд новин в мережі Інтернет і використання соціальної мережі Facebook (вступ до відповідних груп, підписка на новини від лідерів думок, поширення перевіреного медіаконтенту).

Вектор адаптації спільноти з деструктивними проявами, який включає патерналістсько-негативістську, унікаючу особливості взаємодії з медіаконтентом. Такий спосіб адаптації характеризується двома різними проявами. Перший — через сприйманні подій, що пов'язанні з воєнним конфліктом у негативний спосіб: постійне критикування дій влади, пошук і створення негативного медіаконтенту тощо. Окрім цього посилення вимог до держави у полегшені життя, отже перекладання процесу адаптації з себе, його уникнення. Другий прояв цієї стратегії — це уникання і намагання робити вигляд ніби нічого не відбувається. Неможливість для особи визнання стресогенних факторів і відтермінування активного процесу адаптації до цих факторів. Серед найбільш поширених особливостей взаємодії з медіа у цьому векторі адаптації можна виокремити перегляд українського і російського телебачення, використання

соціальних мереж Вконтакте і Однокласники (розповсюдження нейтрального контенту, перегляд художніх фільмів тощо), перегляд і участь у форум-обговореннях.

Проміжний адаптаційний вектор з емоційно-інтуїтивною психологічною особливістю взаємодії з медіа, який може включати елементи перших двох векторів адаптацій. Головними характеристиками цього вектору є її несистемний характер, сильний вплив емоційних факторів особи і відсутність чітко сформованого ставлення до подій пов'язаних з воєнним конфліктом. Такий вектор скоріше дозволяє адаптуватися до незначних проявів воєнного конфлікту, а не до його істотних наслідків загалом. У такий спосіб можна тлумачити цей вектор як передумову до формування більш глибоких адаптаційних процесів, що вказані вище. Для представників спільноти з таким вектором адаптації характерним є залучення до широкого спектру медіа, але при цьому їхнє несистемне і епізодичне використання.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На підставі узагальнення результатів дослідження зроблено такі висновки. Застосування медіа характеризується певними психологічними особливостями взаємодії особи з ними, які витлумачено як наявні в психологічні організації функціональні засоби використання медіа для опанування медіаконтенту, що пов'язаний з воєнним конфліктом і можливість формування відповідного ставлення до нього.

Виявлено п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіа, які мають різний рівень прояву залежно від віку, матеріального забезпечення, найбільш вживаних медіа тощо. Взаємодія з медіа через «патерналістсько-негативістську» особливість характеризується негативним ставленням до споживаного медіаконтенту і перекладанні відповідальності за нього на державу. Тоді як «уникаюча» особливість спирається на бажання особи свідомо обмежити себе у використанні медіа для уникнення потрапляння на медіаконтент, що пов'язаний з воєнним конфліктом. Прояв таких особливостей більш притаманний спільнотам з низьким рівнем матеріального забезпечення і які мають провідні медіа, що залучають російське телебачення і соціальні мережі Вконтакте і Однокласники. Такі особливості взаємодії з медіа як «раціонально-емпатійна» і «споглядацька» характеризуються оперуванням широким масивом медіаконтенту, раціональним оцінюванням споживаної інформації або її накопичення для формування подальшого ставлення. Такі особливості частіше проявлені в спільнотах з середнім і високим рівнем матеріального забезпечення, де провідними медіазвичками є використання Інтернету для пошуку новин, соціальні мережі Facebook і Twitter, а також онлайн перегляд телебачення. «Емоційно-інтуїтивна» особливість спирається на сталі звички використання медіа, які продукують емоційні реакції на споживаний медіаконтент у вигляді прояву жалю, співчуття, співпереживання. Ця особливість притаманна спільноті яка використовує медіа у вигляді перегляду загальнонаціонального телебачення і не має життєвого досвіду взаємодії з вразливими групами населення (внутрішньо переміщені особи, учасники бойових дій тощо).

Визначено базові вектори адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі взаємодії з медіа: продуктивний вектор, який характеризується раціональним використанням медіа та емпатійним ставленням до внутрішньо переміщених осіб, а також споглядальною позицією, що проявляється у використанні різноманітних медіа для накопичення інформації та у нейтральній оцінці медіаконтенту, що споживається; вектор адаптації з деструктивними проявами, зміст якого визначається патерналістським ставленням до медіаконтенту, його хаотичним споживанням, негативним ставленням до переселених осіб і перекладанням відповідальності на державні інституції, а також позицією уникнення, що проявляється в усвідомленому обмеженні використання медіа, у відсутності виразного ставлення до подій пов'язаних із наслідками воєнного конфлікту; проміжний адаптаційний вектор, особливостями

якого є емоційно-інтуїтивна позиція, що виявляється в інтуїтивному пошуку і взаємодії з медіаконтентом, а ставлення до соціально-політичних подій в країні ґрунтується на емоційних факторах (співпереживання, співчуття, жалість).

Перспективи у подальших дослідженнях вбачаємо у вивченні соціально-психологічних засобів підвищення продуктивного вектору взаємодії спільноти з медіа в умовах воєнного конфлікту і знаходження механізмів впливу на деструктивні особливості взаємодії з медіа.

Список використаних джерел

Белинская Е. П. (2013) *Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие*. Психологические исследования, т.6, № 30. Взято з <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/858-belinskaya30.html>

Бююль А., Цефель П. (2005) *SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей*. Санкт-Петербург: ООО «ДиаСофтЮП».

Кузнецова Ю. М., Чудова Н.В. *Психология жителей Интернета*. Москва: Издательство ЛКИ.

За ред. Найдонової Л. А., Барішпольця О. Т. (2010) *Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник*, Київ: Міленіум.

Мишишин І., Троханяк Н. (2006) *Медіаосвіта як засіб формування медіакультури сучасної молоді*. Вісник Львівського ун-ту, вип.21, ч.1, с.161-166.

Найдонова Л. А. (2013) *Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник*. Кіровоград: Імекс-ЛТД.

Наследов А. Д. (2004) *Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных*. Санкт-Петербург: Речь.

References

Belinskaya E. P. (2013) *Informatsionnaya sotsializatsiya podrostkov: opyt polzovaniya sotsialnymi setyami i psikhologicheskoye blagopoluchiye* [Information socialization of adolescents: the experience of using social networks and psychological well-being]. Psychological research, vol.6, 30. Retrieved from <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/858-belinskaya30.html> (in Russian)

Byuyul A., Tsefel P. (2005) *SPSS: iskusstvo obrabotki informatsii. Analiz statisticheskikh dannykh i vosstanovleniye skrytykh zakonornostey* [SPSS: information processing art. Analysis of statistical data and restoration of hidden patterns]. St. Petersburg: ООО «DiaSoftYup». (in Russian)

Kuznetsova YU. M., Chudova N.V. *Psikhologiya zhiteley Interneta* [Psychology of the inhabitants of the Internet]. Moscow: Izdatelstvo LKI. (in Russian)

Edited by Naydonova L. A., Barishpolets O. T. (2010) *Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник* [Media culture of a personality: socio-psychological approach: educational and methodical manual]. Kyiv: Міленіум (in Ukrainian)

Mishchishin I., Trokhanyak N. (2006) *Медіаосвіта як засіб формування медіакультури сучасної молоді* [Media education as a means of forming the media culture of modern youth]. Visnyk of Lviv University, vol.21 (1), s.161-166. (in Ukrainian)

Naydonova L. A. (2013) *Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник* [Media Psychology: The Basis of Reflexive Approach]. Kirovograd: Imeks-LTD. (in Ukrainian)

Nasledov A. D. (2004) *Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных* [Mathematical methods of psychological research. Data analysis and interpretation]. St. Petersburg: Rech. (in Russian)

Матеріал надійшов до редакції __. __. __р.