

Н. ЧЕРЕПОВСЬКА
Н. УМЕРЕНКОВА



МЕДІАПСИХОЛОГІЧНІ
РЕСУРСИ
ПОДОЛАННЯ
ТРАВМИ ВІЙНИ

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Н. Череповська, Н. Умеренкова

**МЕДІАПСИХОЛОГІЧНІ РЕСУРСИ
ПОДОЛАННЯ ТРАВМИ ВІЙНИ**

Практичний посібник

Київ – 2021

УДК 316.6:37.02.36

Ч

Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України
протокол № 17/19 від 19 грудня 2019 року

Рецензенти:

Бондарчук Олена Іванівна, доктор психологічних наук, професор
Чуйко Олена Василівна, доктор психологічних наук, професор

Ч **Н. Череповська, Н. Умеренкова. Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни : практичний посібник / уклад. Н. Череповська ;** Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. 2-ге вид., випр. та доп. 2021. 220 с.
URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediapsyhologichni-resursy-podolannya-travmy-vijny-2/>

ISBN 978-966-189-607-8

Актуальність практичного посібника «Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни» зумовлена такими реаліями, як воєнний конфлікт на сході України, та нагальною потребою в розширенні практичного інструментарію психологічної підтримки комбатантів, який би стимулював їх до розв'язання власних проблем і підвищував їхню соціальну адаптивність. Зокрема, пропонуються ефективні способи психологічної, ментальної підтримки з подолання травми війни у комбатантів і членів їхніх родин. Висувається ідея ресурсності медіапсихології в процесі психологічного відновлення травмованих. Це широке застосування різноформатного медіаконтенту, а також використання різноманітних технологій: профілактики деструктивних інформаційних впливів медіа; психологічної просвіти, опосередкованої візуальним матеріалом; самовідновлення й підвищення соціальної адаптивності за допомогою методики «Медіаклуб». Особлива увага в роботі з подолання травми приділяється спеціальним формам організації груп як комбатантів, так і членів їхніх родин.

Адресується психологам, військовим психологам, офіцерам структур морально-психологічного забезпечення, заступникам командирів по роботі з особовим складом, капеланам, соціальним педагогам та працівникам, психологам-волонтерам.

УДК 316.6:37.02.36

ISBN 978-966-189-607-8

© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2021
© Череповська Н. І., Умеренкова Н. Ф., 2021

ЗМІСТ

Передмова	5
1. Що таке психологічна підтримка травмованих війною?	
1.1. Психосоціальна підтримка травмованих війною (Череповська Н.) ...9	
1.2. Медіа як ризики і медіа як ресурси: медіапсихологічний підхід14	
1.2.1. Ризики інформаційних деструктивних впливів медіа: медіатравма.....16	
1.2.2. Медіапсихологічні ресурси: медіаконтент.....23	
1.2.3. Медіапсихологічні ресурси: основні методи медіапсихології.....37	
1.3. Групова робота на підтримувальному етапі (Умеренкова Н.)	
1.3.1. Роль групової роботи в контексті емоційної, ментальної підтримки....39	
1.3.2. Характеристика груп комбатантів та членів їхніх родин.....49	
Використані джерела до першого розділу	52
2. Технології психологічної підтримки комбатантів та їхніх родин як набуття конструктивного досвіду	
2.1. Медіаграмотність як профілактика деструктивних інформаційних впливів медіа: методика «Я – ветеран» (Череповська Н.)56	
2.1.1. Модуль 1 «Медіамистецтво в інтернеті».....61	
2.1.2. Модуль 2 «Реклама на телебаченні»: для чого і як це працює?.....66	
2.1.3. Модуль 3 «Телевізійні новини»: провідні технології новинних медіа..72	
2.1.4. Модуль 4 «Пропаганда в інтернеті»: як розпізнати пропаганду й уберегтися від її психологічного впливу?.....82	
2.2. Психологічна просвіта: методика «Візуалізована психоедукація» (Череповська Н.)89	
2.2.1. Візуалізована психоедукація: інформація та образ.....94	
2.2.2. Техніки візуалізованої психоедукації.....101	
2.2.3. Практичні рекомендації щодо застосування візуалізованої психоедукації в різних групах травмованих.....103	
2.3. Саморегуляція внутрішніх емоційних станів та ціннісно-сміслової сфери: методика «Медіаклуб» (Череповська Н.)106	
2.3.1. Ціннісно-сміслова саморегуляція.....107	
2.3.2. Медіаклуб як ресурс психологічного відновлення.....111	
2.3.3. Емоційно-когнітивні техніки і прийоми саморегуляції.....117	
2.4. Саморегуляція психоемоційних станів членів сімей комбатантів (Умеренкова Н.)123	
2.4.1. Саморегуляція психоемоційних станів за допомогою візуального медіаконтенту.....125	
2.4.2. Психоедукація стосунків у родині за допомогою візуального медіаконтенту.....135	

2.5. Медіаторчість комбатантів як додатковий психологічний ресурс подолання травми (Череповська Н.)	142
2.5.1. Що таке медіаторчість та її роль у відновленні психологічного комфорту комбатанта.....	143
2.5.2. Види медіаторчості комбатантів.....	145
2.5.3. Практичні рекомендації щодо реалізації творчих задумів.....	148
Використані джерела до другого розділу	153
Словничок	159
Додатки	
Додаток 1. Методика «Я – ветеран».....	171
Додаток 2. Класифікація медіаконтенту.....	172
Додаток 3. Алгоритми критичного аналізу	
3.1. Алгоритм скороченого аналізу медіаконтенту.....	173
3.2. Розширений алгоритм аналізу медіаконтенту.....	174
Додаток 4. Рефлексія емоцій і почуттів.....	176
Додаток 5. Пропаганда	
5.1. Найбільш поширені методи пропаганди.....	177
5.2. Графічне зображення пропаганди за її гаслами.....	179
5.3. Види пропаганди за способом презентації.....	184
5.4. Корисні поради «Як зберегти здатність мозку мислити».....	185
Додаток 6. Перелік художніх фільмів.....	187
Додаток 7. Варіанти проведення методики «Медіаклуб»	
7.1. Додаткові формати проведення методики «Медіаклуб».....	191
7.2. Пропоновані теми воєнного, патріотичного змісту для проведення медіаклубу за форматом «Ілюстрація».....	195
Додаток 8. Посилання на відео для роботи психолога: інтернет-ресурси	
8.1. Посилання на відео для психоедукації саморегуляції психоемоційних станів.....	196
8.2. Посилання на відео з вправами для саморегуляції психоемоційних станів.....	196
8.3. Посилання на відео для блоку психоедукації подружніх стосунків, про особливості подружнього спілкування.....	197
8.4. Посилання на відеонарізки з фільмів про взаємодію у подружніх стосунках з комбатантом, що має ПТСР.....	197
Додаток 9. Медіаторчість комбатантів: зразки	
9.1. Візуальна медіаторчість.....	198
9.2. Книжки, написані аматорами – ветеранами АТО/ООС.....	211
9.3. Рекламні ролики створені аматорами – ветеранами АТО/ООС.....	212
Додаток 10. Методика групової роботи з військовослужбовцями стосовно комунікацію в сім'ї та стосунках.....	213

ПЕРЕДМОВА

Запропонований практичний посібник може стати в пригоді тим надзвичайним людям, хто присвячує свою професійну діяльність, своє серце, нашим воїнам та їхнім близьким, які травмовані війною і чиї внутрішні «війни» ще досі не закінчилися.

В умовах російсько-української війни, яка розпочалася у 2014 році, деякі групи нашого суспільства, і зокрема комбатанти та члени їхніх родин, часто-густо потребують психосоціальної підтримки. Психосоціальна підтримка є важливою складовою роботи психологів, соціальних працівників, офіцерів структур морально-психологічного забезпечення, капеланів і передбачає надання допомоги як у матеріальному, інформаційному плані, так і психологічному, емоційному.

Мета представленого посібника – запропонувати новий підхід до психосоціальної підтримки, інновація якого полягає в цілеспрямованому застосуванні в роботі медіапсихологічних ресурсів – візуального медіаконтенту і психологічних, когнітивних технік. Це має збагатити й підсилити практичний інструментарій військових і цивільних психологів, капеланів, соціальних працівників у роботі з курсантами військових навчальних закладів, військовослужбовцями, ветеранами, їхніми родинами.

Стратегічним завданням практичного посібника є профілактика і подолання стресогенних наслідків війни у представників зазначених категорій, тактичним завданням – розвиток у них таких особистісних якостей, як інформаційна медіаграмотність, психологічна культура, саморегуляція внутрішніх станів як здатність до відповідальності за свої емоції, думки, поведінку.

Одним з багатьох ресурсів досягнення емоційного благополуччя і зокрема надання когнітивної, ментальної підтримки комбатантам є медіапсихологія – актуальна міждисциплінарна наука, яка вивчає вплив медіа на емоції, свідомість, поведінку, комунікацію, творчість людини, а також

вплив людини на створений нею світ медіа як у сфері виробництва медіапристроїв, медіатехнологій, медіаконтенту, так і в практичному споживанні, креативному застосуванні готової медіапродукції. Медіапсихологія, охоплюючи широкий спектр життя сучасної людини, здатна забезпечити оптимальну психологічну підтримку комбатантів. Її ресурсами є *медіаконтент* як дидактичний матеріал різного формату (від світлин, відео, викладених в інтернеті, до документальних, ігрових фільмів різного жанру) і психологічний інструментарій як спеціальні *засоби опрацювання медіаконтенту* (методики, техніки, види групової роботи тощо).

Ми розробили загальну медіапсихологічну модель психосоціальної підтримки комбатантів, яка ґрунтується на таких технологіях, як медіаграмотність, візуалізована психоедукація, ціннісно-смилова регуляція.

Технологія медіаграмотності спрямована на профілактику деструктивних інформаційних впливів медіа. Її *суть* полягає в запобіганні можливій ретравматизації комбатантів, коли медіа може спрацювати як тригер первинної бойової травми. Крім того, профілактика деструктивних медіавпливів полягає й у запобіганні додатковій, непрямій травмі – власне медіатравмі, яка здатна спричинити руйнацію ідентичності особистості: її цінностей, переконань, автономності, емоційно-когнітивної сфери тощо. *Метою* роботи під кутом зору профілактики деструктивних інформаційних впливів медіа є розвиток особистої медіаграмотності комбатантів.

Технологія візуалізованої психоедукації – це спосіб поширення знань про емоційні стани, порушення, розлади у військових, надання їм первинної допомоги тощо не тільки у форматі вербального інформування, а й у візуалізованій формі. *Суть* технології – візуалізація конкретної інформації: підсилення теоретичних знань за допомогою візуального медіаконтенту. *Метою* є підвищення рівня психологічної культури комбатантів.

Технологія саморегуляції емоційних станів комбатантів передбачає оптимізацію психологічного благополуччя комбатантів та членів їхніх родин.

Суттю технології є поліпшення психологічного стану комбатантів за допомогою перегляду фільмів, їх спільного обговорення в групі у форматі медіаклубу, підтримка готовності розв'язувати власні проблеми, планувати майбутнє. *Мета* технології – розвиток саморегуляції емоцій, емоційної культури в цілому; розвиток умінь аналізувати, аналогізувати, конструктивно переосмислювати сприйнятий фільм; розвиток здатності бачити як внутрішні проблеми кіногероя, так і свої власні психологічні проблеми; стабілізація емоційного, ментального, екзистенційного рівнів як вихід на психологічне благополуччя та успішну соціалізацію.

Отже, медіапсихологічні технології здатні озброїти комбатантів інструментальними вміннями і навичками психологічного самозахисту в медіапросторі, підвищити їхню психологічну культуру, а також вказати шлях до забезпечення емоційного комфорту в процесі подолання особистих психологічних проблем.

Крім зазначених технологій, у посібнику представлено ще один важливий ресурс подолання травми – **медіаторчість** комбатантів. Медіаторчість охоплює творче медіасприймання і творення власного медіапродукту. Її провідними функціями є *розширення комунікативних* можливостей, здійснення *самореалізації* особистості, забезпечення такими інтелектуальними емоціями, як натхнення, задоволення, радість, наснага, що, відповідно, покращує внутрішній стан людини. Усе це сприяє оптимізації самовідновлення особистості комбатанта – актуалізацію наявних психологічних ресурсів і віднаходження нових.

На особливу увагу заслуговують розділи посібника, присвячені ролі групової роботи з травмованими війною; надаються детальні характеристики груп комбатантів та груп родин комбатантів. Як окремий розділ представлено методи саморегуляції психоемоційних станів членів сімей комбатантів.

Посібник має Словничок найбільш уживаних термінів у контексті психосоціальної підтримки за допомогою медіапсихологічних ресурсів. У

додатках наводиться допоміжний практичний медіапсихологічний інструментарій, ілюстративний матеріал.

Також хочемо звернути увагу користувачів посібника на оформлення його обкладинки, а точніше світлину. Автор фото – переможець усеукраїнського щорічного конкурсу «Діти і медіа» (2015) у номінації «Повертайся живим!» Дмитро Петрук, учень 10-го класу Садівської ЗОШ І-ІІІ ст. Арбузинського району Миколаївської області. На знімку – молодий, енергійний нещодавно мобілізований односелець, учасник бойових дій в АТО Денис Ф. під час десятиденної відпустки та сусідська дівчинка Надійка С. Дівчинка власноруч виготовила для нього оберіг, який має захищати і зігрівати серце бійця далеко від рідного дому. Ми, автори посібника, взяли на себе сміливість умовно «залучити» всіх трьох до символічного «співавторства» і дуже сподіваємося, що ця невеличка «колективна» праця буде корисною і допоможе багатьом нашим героям, співвітчизникам у їхньому відновленні, поверненні до повноцінного особистого і суспільного життя для блага України.

1. Що таке психологічна підтримка травмованих війною?

Перший розділ розкриває сутність психосоціальної підтримки травмованих війною і артикулює саме на психоемоційній, ментальній підтримці постраждалих. Певною новизною психологічної підтримки є застосування медіапсихологічних ресурсів. Вони охоплюють використання відібраного медіаконтенту в різних форматах і жанрах, а також передбачають розвиток когнітивно-інструментальних навичок для взаємодії з будь-яким медіаконтентом. Також у розділі надається інформація щодо ролі групової роботи на підтримувальному етапі та характеристика різних соціальних груп, які потребують емоційної підтримки.

1.1. Психосоціальна підтримка травмованих війною

В умовах війни в Україні, яка триває котрий рік, актуальність різнопрофільної реабілітації військових, ветеранів, членів їхніх родин є незаперечною. Зазвичай спеціалісти виокремлюють фізичну, медичну, психіатричну, психологічну, соціальну реабілітацію травмованих війною. Реабілітація, як цілеспрямований процес відновлення втрачених (порушених) психічних можливостей і здоров'я, здійснюється фахівцями відповідних галузей: медичної, психіатричної, психологічної, соціальної і становить спеціалізовану допомогу постраждалим (Блінов, 2014; Іванов, Жуматій, 2003; Короткий курс лекцій).

Соціально-психологічна реабілітація складається з трьох основних етапів: підготовчого, базисного і підтримувального (Титаренко, 2018). Якщо на перших двох етапах застосовується суто спеціалізована допомога по відновленню втраченого фізичного, психічного здоров'я, то на підтримувальному можуть передбачатися й інші, допоміжні неспеціалізовані способи подолання життєвої травми, і травми війни зокрема (рис. 1).

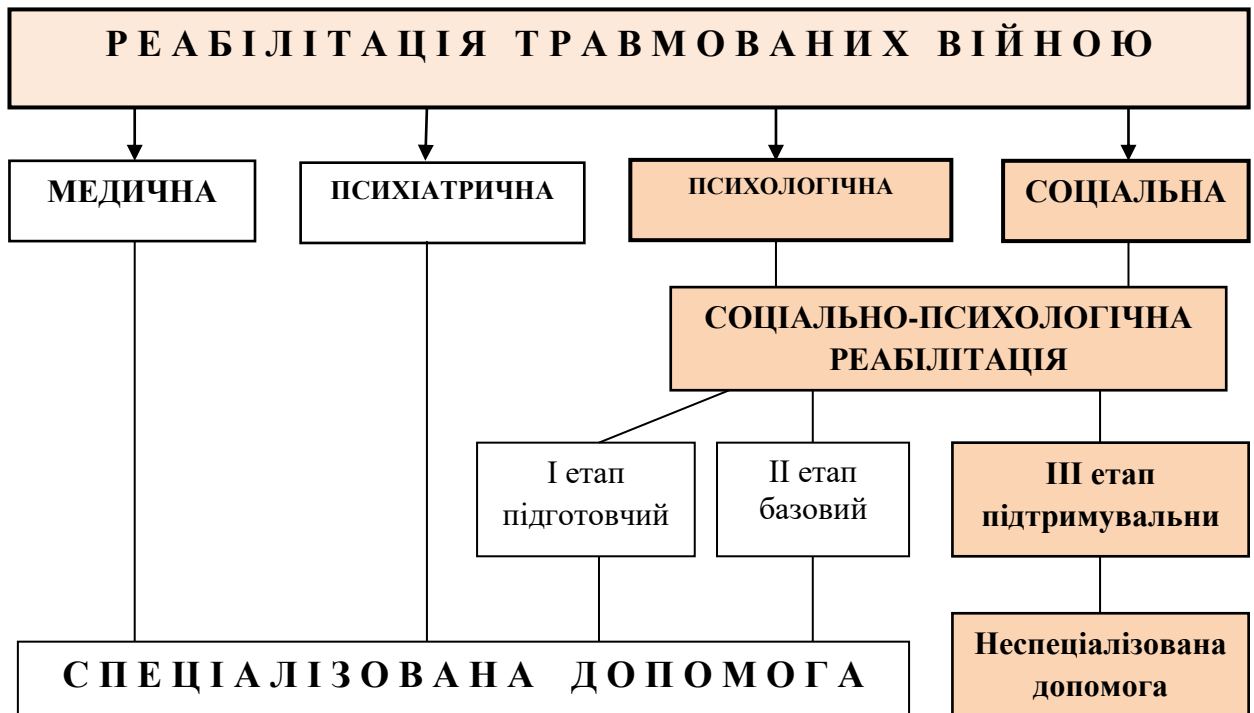


Рис. 1. Профілі реабілітації травмованих війною та види допомоги

Одним з таких неспеціалізованих способів є психосоціальна підтримка певних груп суспільства, травмованих війною, яка відрізняється, наприклад, від медичної або психіатричної допомоги, проте включається до послуг гуманітарної підтримки як такої. Психосоціальна підтримка може бути складовою роботи практичних психологів, соціальних працівників, офіцерів з забезпечення морального і психологічного стану військових, капеланів, психологів-волонтерів (Короткий курс лекцій; Проблеми психосоціальної підтримки та психологічного супроводу..., 2017; Гусак, 2017).

Основним завданням психосоціальної підтримки є оптимізація особистого внутрішнього стану, оздоровлення міжособистісних стосунків у професійному і сімейно-побутовому житті, подолання соціальної дезадаптації людини в цілому і постраждалих від війни зокрема.

Психосоціальна підтримка, як система соціально-психологічних способів і прийомів, спрямована на:

забезпечення *послаблення наслідків* негативних впливів життєвих подій, пом'якшення наслідків психологічного стресу загалом і травмування війною зокрема, які вкупі є факторами ризику появи психосоматичних захворювань людини;

профілактику і захист стану психологічного благополуччя людини, що надасть їй відчуття особистого контролю і самоповагу;

оптимізацію соціальної адаптації особистості серед рідних і близьких, у тому числі й до суспільства.

Неформальну психосоціальну підтримку можуть надавати родичі, друзі, сусіди, а формальну – психологи, соціальні працівники та інші вище зазначені працівники.

У зарубіжній традиції психосоціальна підтримка розуміється як забезпечення індивіда:

1) *практичною* допомогою: конкретними товарами і послугами, фінансовою, побутовою допомогою;

2) *інформацією* з надання контактів щодо консультації з розв'язання різних питань;

3) психосоціальним сприянням, що реалізується у *психологічній підтримці*, емоційному комфорті, близькості.

Тобто психосоціальна підтримка включає в себе такі види допомоги, як «матеріальна», «інформаційна», «емоційна».

Проте спеціалістів психологічної галузі і неспеціалістів, які хотіли б присвятити свою діяльність волонтерству, саме психосоціальній підтримці комбатантів, їхніх родин, передусім цікавить «емоційний» формат цієї підтримки. Тому має сенс уточнити зміст «емоційної» компоненти психосоціальної підтримки, яка, на нашу думку, спрямована на оптимізацію не тільки *емоційної сфери* індивіда – його реакцій, настроїв, станів, а й на *ментальність* травмованого – його способу мислення, загальної духовної налаштованості, системи переконань, уявлень, духовних цінностей, життєвих координат та підсвідомих стереотипів. Крім того, враховуючи потужний і

далеко не завжди позитивний вплив інформаційного простору, який повсякденно охоплює людину, вважаємо, що оптимізація *когнітивної сфери* й розвиток критичного мислення зокрема, не будуть зайвими у процесі зниження психологічних проблем людини, що перешкоджають її психологічному благополуччю, успішній життєдіяльності в побуті і соціумі.

Таким чином, психосоціальну підтримку у психологічній площині ми розуміємо як оптимальний вплив / сприяння на емоційну, когнітивну і духовну сфери травмованої людини й надалі у даному контексті визначатимемо її як «*психологічну підтримку*» (рис. 2).

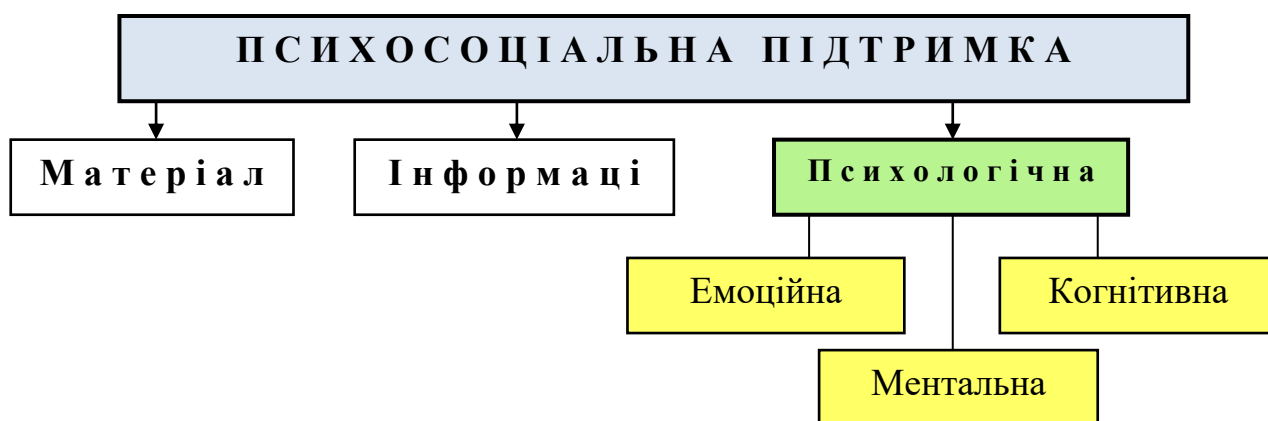


Рис. 2. Структура психосоціальної та психологічної підтримки

Психологічну підтримку ми розглядаємо як комплекс профілактичних, просвітницьких, психологічних, організаційних заходів, загальною метою яких є відновлення і збереження психологічного здоров'я комбатантів, членів їхніх родин. Психологічна підтримка спрямовується на *актуалізацію наявних і створення додаткових психологічних ресурсів*, які забезпечують оптимальну життєдіяльність, спілкування і адаптацію до соціуму (Титаренко, 2018).

Основними **напрямами** психологічної підтримки є *індивідуальна* (консультування, діагностика, корекція, профілактика, посередницька діяльність залагодження конфлікту) і *групова* (різні види спрямованих

тренінгів) робота з травмованими. У даному посібнику перевага надається саме груповій формі роботи як важливої передумови конструктивної адаптації до «великого» і «малого» соціуму.

Основними **методами** зазначеної підтримки є: *профілактика, психоедукація, саморегуляція, творчість.*

Технологіями психологічної підтримки є сукупність методик, засобів, вправ, прийомів, правил, що застосовуються для досягнення поставлених цілей у процесі здійснення психосоціальної роботи. Насамперед, це застосування різноманітного медіаконтенту, різні види тренінгу: від групових занять, спрямованих на засвоєння певних когнітивних і практичних умінь і навичок до різних форматів медіаклубу. Метою проведення тренінгів є набуття його учасниками комплексу різних психологічних якостей, як то: робота з емоціями і почуттями; здатність до аналізу, критичного осмислення сприйнятого; виявлення ресурсів відновлення психологічного благополуччя й за допомогою творчості зокрема, що усе в цілому впливає на гармонізацію внутрішнього стану і подальшу успішну соціалізацію травмованої війною особистості.

Об'єктами психологічної підтримки передусім можуть бути комбатанти, їхні дружини, інші члени родин, а також вимушено переміщені особи зі сходу країни, дорослі діти (старші підлітки).

Як зазначалося вище, психологічна підтримка травмованих здійснюється в ході цілеспрямованої соціально-психологічної реабілітації на підтримувальному етапі або ж у форматі виключно психологічної підтримки (без попереднього і базового етапів). Варто зауважити, якщо психологічна підтримка надається без попереднього і базового етапів, то необхідно, щоб психологи, тренери були впевнені у тому, що представники вище зазначених категорій не мають клінічних ускладнень і гострих розладів, і в яких збережено психічні функції.

1.2. Медіа як ризики і медіа як ресурси особистості: медіапсихологічний підхід

Наша ідея неспеціалізованої психологічної підтримки комбатантів і членів їхніх родин реалізується у рамках медіапсихології – актуальної міждисциплінарної науки яка вивчає вплив медіа на емоції, свідомість, поведінку, комунікацію, творчість людини, а також вплив людини на створений нею світ медіа як у сфері виробництва медіапристроїв, медіатехнологій, медіаконтенту, так й у практичному споживанні, креативному застосуванні готової медіапродукції, власної медіатворчості. Медіапсихологія досліджує вплив медіа на людину у двох різних векторах: негативному і позитивному. Саме тому, наша версія психологічної підтримки комбатантів ґрунтується у двох протилежних підходах.

Перший підхід: «Медіа як ризик»

Багато хто з комбатантів отримали негативний досвід війни, який став частиною їхнього життя і часто виражається у неприємних спогадах, пригніченому, нестабільному емоційному стані. На думку багатьох спеціалістів військової психології, медіа іноді можуть стати *тригером* травматичного воєнного досвіду, а відповідно підвищити рівень ризику розвитку ПТСР і переходу розладів у хронічну форму у тих комбатантів, які вже мають проблеми з психічним здоров'ям.

Крім того, впливи медіа іноді можуть стати *причиною* виникнення додаткової психологічної травми – медіатравми, спричиненої деструктивною інформацією широкого діапазону: від маніпулювання, пропаганди, фейків до технологій психологічного, емоційного тиску, зомбування тощо. Медіатравма через медіастрес(и) може призводити до виникнення тривожності, страхів за себе, родину, підвищеного занепокоєння за долю країни, що у свою чергу, стимулює депресивні стани, пов'язані з дезорієнтацією як в особистісному плані («за що воювали?»), так і зовнішньому («як вижити у такому суспільстві?»).

Психологічна підтримка у підході «Медіа як ризик» актуалізується за допомогою *методу профілактики* деструктивних інформаційних впливів медіа на комбатантів.

Другий підхід: «Медіа як ресурс»

Медіа можуть бути не тільки небезпекою, а й стати у нагоді для посилення власних психологічних ресурсів або знаходження нових їх форм з метою застосування щодо розв'язку власних психологічних проблем, підвищення настрою.

Не є секретом, що багато хто з комбатантів після повернення з війни або в процесі проходження військової служби / виконання місій часто-густо відчуває внутрішній дискомфорт, спричинений наслідками специфіки воєнної професії (бойові стреси, втрата побратимів, поранення, одноманітність воєнного побуту, конфлікти з начальством та інше), а саме: мають проблеми саморегуляції внутрішніх станів, труднощі у спілкуванні з родиною, у процесі соціальної адаптації.

Психологічна підтримка завдяки моделі «Медіа як ресурс» полягає у застосуванні методів *психоедукації, саморегуляції, творчості*.

Отже, медіапсихологія, охоплюючи широкий спектр життя сучасної людини, здатна своїми ресурсами і спеціально розробленими технологіями зокрема, забезпечити оптимальну психологічну підтримку комбатантів.

Однак, перед тим, як перейти до змістової суті і реалізації технологій (розділ другий), розглянемо суть ризиків і ресурсів медіа.

Що являють собою ризики і ресурси медіа? У широкому розумінні – це потенційна можливість медіа впливати на психологічний стан людини: покращувати його або погіршувати. Тобто, впливи медіа передбачають як *медіаінформаційну безпеку*, що у психологічному контексті означає актуалізацію комфортних емоційно-когнітивних переживань особистості у її взаємодії з медіапростором, так і *медіаінформаційну небезпеку*, яка загрожує погіршенням психологічного комфорту людини.

Основним агентом здійснення впливу медіа на психіку є **медіавізуальний образ**: зображення/картинка (форма) і його значення (зміст), а також звуковий, текстовий супровід (сміслові наповнення). Створюється і актуалізується медіавізуальний образ за допомогою різних технологій: фотографії, кіно, телебачення, інтернету та ін.

Медіавізуальний образ є головним елементом *медіаконтенту* – продукту медіа, який може набувати різних *медіаформатів*: світлина, плакат, документальний фільм, ігровий фільм, відео, ролик тощо.

Чому візуальний образ здатен впливати на людину? Сприймання візуального має нейробіологічне підґрунтя у вигляді системи «дзеркальних» нейронів мозку. Завдяки цій системі людина здатна не тільки наслідувати дії, навчатися мовленню, відчувати емпатію, а й «віддзеркалювати» емоції іншої людини, кіногероя, медіаперсони (Косоногов, 2009; Rizzolatti, Fogassi, Gallese, 2006).

Механізм «віддзеркалення» також спрацьовує під час сприймання візуального медіаконтенту будь-якого формату. Медіавізуальний образ, будучи посиленням технологічними можливостями (необмежений доступ до інформації, економічно доступне забезпечення медіапристроями), став потужним повсякденним впливом на життя сучасної людини і на її емоційно-когнітивну, ментальну сферу.

1.2.1. Ризики інформаційних деструктивних впливів: медіатравма

Як було зазначено вище, медіа іноді можуть ставати **тригером** травматичного досвіду у тих комбатантів, які вже мають проблеми з психічним здоров'ям. Ці важливі положення згадуються, зокрема, у роботах Е. К. Річі, Д. С. Ярвіса (Дубчак, 2017); Б. Янга (Американський соціолог, 2017).

Також медіа можуть посилювати негативний емоційний стан, неприємні спогади, стимулювати стрес й ставати причиною виникнення додаткової психологічної травми – **медіатравми**.

Військова психологія традиційно розрізняє фізіологічний і психологічний види стресу й зокрема, зазначає такі підвиди психологічного стресу, як *емоційний* та *інформаційний* (Караяні, 2003). До зазначеного поняття «інформаційного стресу», як раптової новизни оточення, нестачі інформації, надлишку інформації, на нашу думку, можна додати деструктивні інформаційні впливи медіа на особистість, що в останні роки знайшло своє відображення у галузі вітчизняної медіапсихології: «медіаінформаційний стрес», «медіатравма» (Череповська, 2016а; 2016b), (Naydonova, 2017).

Наразі визначено три типи медіатравми: деструктивний вплив воєнної тематики накладається на первинну минулу травму, що призводить до її актуалізації у формі повторюваних переживань, неприємних спогадів (тип А); інформація про війну у ЗМІ провокує медіаінформаційний стрес як посилення тривожності, занепокоєння, інтенсивних переживань в родині, член якої в цей час знаходиться на війні (тип В); інформаційні деструктивні впливи про війну травмують людину, яка не має прямого відношення до війни на сході країни (тип С) (Naydonova, 2017).

У нашому посібнику приділяється увага усім трьом видам травми й передусім *першому типу* медіатравми, яка здатна накладатися не тільки на травму з минулого життя людини, а передусім на травму, отриману під час бойових дій. Така медіатравма може стати тригером, що «запускає» ретравматизацію травматичного досвіду війни або утворює вторинну травму, яка лягає на підґрунтя травми первинної. Цей тип медіатравми переважно стосується категорії комбатантів.

Також у даному контексті важливим є і *другий тип* медіатравми, властивий членам родин військових, ветеранів війни: саме їхні жінки, батьки, дорослі діти, під впливом негативної інформації медіа про війну на сході країни, піддаються медіатравматизації. Крім того, вартий уваги й *третій вид* психологічної травми, який провокується медіаінформаційним стресом і становить власне медіатравму.

Модель «Медіа як ризик»

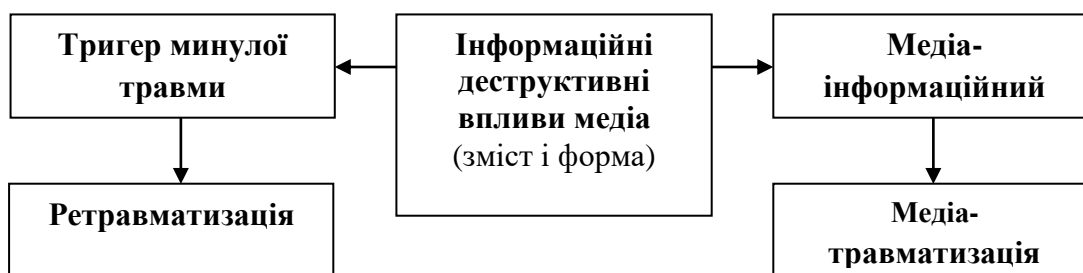


Рис. 3. Прогнозовані наслідки інформаційних деструктивних впливів медіа на постраждалих від війни: ретравматизація і медіатравматизація

Працюючи на волонтерських засадах у військовому шпиталі, ми спостерігали «здатність» медіаконтенту викликати негативну психогенну реакцію у військових, що знаходилися на стаціонарному лікуванні. Під час перегляду потенційно деструктивного медіаконтенту (фотографії про війну на сході країни, відео, ролики про ЗСУ тощо) і потому виявлено такі *типи поведінкової реакції* комбатантів, як:

1) *уникнення* перегляду: відведення очей від екрану, втрата інтересу / небажання дивитися далі, самостійне залишення приміщення, в якому проходила демонстрація медіаконтенту;

2) виникнення *тривожності*: хвилювання, іноді прохання припинити показ ролика, прохання вийти з приміщення;

3) *відсутність емоційної реакції* на будь-який потенційно деструктивний медіаконтент під час перегляду і в бесіді потому;

4) *збудження* як емоційне піднесення щодо явно вираженого агресивного, «насильницького» медіаконтенту (деяка зухвалість на кшталт: «я там був!», «я знаю про це більш круті речі!»).

Виявлені типи реагування виразно характеризують актуалізацію ознак ПТСР, що проявилися під впливом медіа. Ці психологічні реакції опосередковано вказують на те, що медіа можуть викликати у травмованих погіршення настрою, стрес, емоційну гіперактивність, які, у свою чергу, не сприятимуть процесу реабілітації.

У зв'язку з тим, що не завжди можна виявити чітку межу між тими травмованими, хто ризикує підпасти під негативний вплив медіа і тими, на кого негативний медіаконтент майже не вплине, ми пропонуємо таке. По-перше, якщо робота із психологічної підтримки за допомогою медіаресурсів проводиться у шпиталі, обов'язково треба враховувати клінічні показники учасників групи й не залучати до роботи в групі комбатантів з гострими розладами, порушеними функціями. По-друге, психолог має самостійно виявляти потенційні ризики медіа: психологічно небезпечні медіаконтенти, обережно їх застосовувати з однією категорією постраждалих або не застосовувати зовсім – з іншою.

З метою полегшення роботи психологів і загальної орієнтації серед медіаконтенту, розроблено класифікацію інформаційних деструктивних впливів медіа, які є потенційними психологічними ризиками (Череповська, 2016, b; 2016c; 2016d).

Інформаційно деструктивні впливи умовно розподіляються на:

- 1) *об'єктивно небезпечні* впливи медіа;
- 2) *суб'єктивно значущі* впливи медіа;
- 3) впливи медіа, організовані або створені за допомогою *спеціальних інформаційних технологій*.

1. ***Об'єктивно небезпечними інформаційними впливами*** є інформація / медіаінформація, яка апріорі має психологічно небезпечні зміст та форму медіаконтенту (фотографія, відео, фільми, репортажі з місця подій, новинні медіа), що може негативно вплинути на емоційну сферу людини. Потенційно небезпечним інформаційним змістом й у візуальній формі зокрема вважаємо таке:

- *наджорсткі і жорсткі* зображення:

масові вбивства людей; вбивства однієї людини; катування людей; катування і вбивство тварин; загиблі діти; понівечені тіла; розрізнені частини тіла; раптова смерть людини (на передовій, у ДТП); розкриті могили масових захоронень; трупи людей/людини; кістяки; кров; каліцтво;

- *агресія:*

воєнні дії; масові протистояння і сутички; бійки дорослих; бійки дітей; немирні протести; кримінальні злочини; зображення зброї, людей у формі, зі зброєю;

- *антигуманна поведінка:*

полон; «паради» полонених; дії, які принижують людську гідність (фізичні і моральні образи); переслідування; дискримінація за певними ознаками; расизм;

- *різного виду катастрофи:*

природні (виверження вулканів, цунамі, повінь, лісові пожежі та інші природні катаклізми), технологічні (аварії на АЕС, залізниці, у повітрі), екологічні, що спричинені руйнівною діяльністю людини (вирубання лісів, засмічення великих територій, забруднення водоймищ і морів, масові вимирання тварин тощо); пов'язані з війною (руїни житлових будинків, населених пунктів, промислових об'єктів; знищена техніка, комунікації; спотворена навколишня природа і земля);

- *соціальні проблеми:*

відображення несправедливості щодо ветеранів війни, переселенців, поранених, скалічених, їх сімей; проявів протизаконних дій з боку владних структур; відсутності реформ, спрямованих на покращення життя в країні; нагнітання теми ймовірної ескалації війни;

- *політичні питання:*

нездатність влади щодо проведення реформ; відсутність бажання працювати на Україну у переважній більшості депутатів, їхнє ставлення до роботи в парламенті; порушення з боку чиновників на місцях тощо.

2. *Суб'єктивно значущими деструктивними інформаційними впливами* вважаються такі, що сприймаються та інтерпретуються індивідом на підставі: особистісних характеристик, соціального статусу, рольової поведінки, віку, вихованості, особистої позиції, *власного досвіду і бойової травми зокрема*. Так, наприклад, репрезентована у ЗМІ нейтральна

подія/об'єкт може викликати у ветерана *медіастрес* і навпаки, більш «жорстка», «агресивна» – може залишити його байдужим.

Суб'єктивно значуще сприйняття інформації, відображеної в медіа, пов'язано не тільки з індивідуальними особливостями реципієнта загалом, а й, що не менш важливо, з його психічним, психологічним станом на момент перегляду медіа, із специфічними особливостями отриманої травми. (Череповська, 2016с; 2016d).

3. Особливу групу деструктивних інформаційних впливів, які потенційно можуть негативно впливати на комбатантів, становлять медіаконтенти й передусім новинні медіа, аналітичні програми створені за допомогою *спеціальних медіатехнологій*. Провідними з них є:

маніпуляція – інформація подається таким чином, щоб непомітно вплинути на глядача так, як це вигідно власнику каналу, інформаційного джерела;

«порядок денний» – презентація інформації формується на підставі інформаційної політики медіаканалу, вигідної власникам медіаресурсу, а також включає в себе інші інформаційні технології (див. нижче);

відвертання уваги від важливих подій – інформація подається так, що спочатку презентується неважливе, часто з часовою перевагою й кількісною диспропорцією, а важливе – мимохідь або наприкінці, у скороченому й мало інформативному варіанті;

дезінформація – інформація подається у неповному обсязі або у дещо зміненому форматі з перекрученням фактів, що надає їй іншого смислового навантаження;

замовчування – значна подія ігнорується в інформаційному просторі країни; на певному каналі(ах) важлива інформація, яка не відповідає інтересам медіавласника, замовчується;

«фейки» – спеціальне виробництво брехливої інформації широкого діапазону неправдоподібності, що не відповідає дійсності (від «поїдання

немовлят», «розіп'ятих хлопчиків» до більш реалістичних сюжетів, тим не менше неправдивих);

«джинса» – інформація подається в такому ракурсі, який є вигідним замовнику, який приплачує за це;

пропаганда – спеціально створена інформація, що формує певне ставлення, вірування, поведінку, спрямована на зміну цінностей, світогляду, втрату ідентичності як особистості, так і суспільства.

Застосування зазначених технологій доповнюється фактором проблеми убезпечення інформаційної політики українського медіапростору.

Отже, усі разом узяті інформаційно деструктивні впливи медіа нині є реальною загрозою психологічному благополуччю особистості і становлять психологічну небезпеку особливо для тих, хто вже травмований війною.

На нашу думку, найбільш небезпечною для комбатантів, є інформація саме *документального медіаформату*, який претендує на «правдиве», об'єктивне відображення дійсності, це: теленовини; викладені у соціальних мережах фотографії, відео з місця подій; авторські документальні фільми. Натомість, *мистецький медіаформат* (художні фільми, телесеріали, анімації), який завжди становить чиюсь вигадку, фантазію, є більш безпечним для сприйняття травмованих війною. Інтенсивність безпеки/небезпеки обумовлюється також такими критеріями ігрового медіаконтенту, як:

«далеко-близько» відбувається представлена подія: на іншому кінці світу (В'єтнам, Ірак) чи на власній території (Україна);

«свої-чужі»: сприймання своїх – українців, обумовлює більш високу емпатію, ніж до «чужих», наприклад, американців;

«давнє-сучасне»: події історичної давнини, відображені у стрічці, можуть сприйматися не так болюче, як сучасні події.

Таким чином, сприймаючи трагічні репортажі, драматичну інформацію про війну по телевізору, в інтернеті, переглядаючи документальні або ігрові фільми «важкого» жанру, людина автоматично отримує ті самі емоції, які

сприяють виникненню в її організмі гормону стресу – кортизолу, який порушує сон, пам'ять тощо (Ріццолатті, 2006; Косоногов, 2009).

Тому медіавізуальні стимули певного/деструктивного змісту у вигляді фото, відео, фільмів, так само, як й аудіальні, нюхові, тактильні, можуть провокувати медіатравму або стати пусковим механізмом актуалізації первинної травми. Натомість, з метою запобігання медіатравмі загалом і ретравматизації зокрема, необхідно розробити стратегії протистояння інформаційним деструктивним впливам і розглянути медіа впливи з іншого боку – як ресурс для відновлення особистості, постраждалої від війни.

1.2.2. Медіапсихологічні ресурси: медіаконтент

Якщо звернутися до історії медіа, то можна побачити, що практично усі вони створювалися з добрими намірами. Так, *фотографія*, крім своєї головної функції «вхопити» і зафіксувати/задокументувати «мить життя», мала на меті стати (і частково стала!) мистецтвом, якому пророчили, що воно посує і навіть замінить візуальні художні практики – графіку, живопис.

Винахід *кіно* здійснив мрію багатьох поколінь отримати нарешті розвагу у вигляді перегляду саме рухомого зображення: і не тільки у форматі документального жанру, а й ігрового, художнього. Якщо *радіо* передавало на відстань звукову інформацію, розважало музикою, то *телебачення* вже транслювало озвучену візуальну картинку з метою інформувати людей щодо реальних подій у світі, суспільстві, реалізовувати освітню, пізнавальну, культурну функції, а також розважати. Створення портативних пристроїв для запису звуку (магнітофон), зображення (відео), дистанційного керування (пульт) розширило індивідуальні можливості людини загалом і створення власного медіаконтенту зокрема. Зрозуміло, що винаходження інтернету, передусім як суттєве розширення й покращення комунікації та доступ до практично необмеженого масиву інформації, інтегрувало у собі усі надбання попередніх медіа і докорінно змінило сучасний світ.

Тому, спираючись на позитивні цілі і функції медіа, розглянемо їх саме у ресурсній площині: медіа як ресурс. Передусім необхідно зауважити, що кожен **вид медіа** має свої формати представлення – **медіаформат**, який розподіляється на різні **жанри**, що, своєю чергою, являє собою певний медіапродукт (Додаток 2). Кожен медіапродукт становить **медіаконтент** – будь-який вид інформації, створений за допомогою технологій, який складає зміст і форму інформаційного ресурсу.

Наприклад, медіаконтентом у сфері інтернет є текст, зображення (світлина, графіка), аудіо, відео, аудіовізуальні файли. У сфері традиційних медіа це: теленовини, телепрограми, реклама, серіали, документальні, художні фільми.

У даному контексті **медіапсихологічний ресурс становить застосування медіаконтенту як дидактичного матеріалу**, за допомогою якого психолог буде реалізовувати поставленні завдання психологічної підтримки комбатантів та членів їхніх родин. В якості медіапсихологічного ресурсу подолання травми війни і відновлення психологічного благополуччя, нами пропонується застосування такого медіаконтенту як: зображень, картинок, професійних і аматорських відео, рекламних роликів, документальних і художніх стрічок, а також нарізок документальних і художніх стрічок, фрагментів теленовин тощо.

Відбір медіаконтенту здійснюється не тільки за форматом презентації інформації, а також за його тематикою, жанром. Якщо розвиток *когнітивних навичок* переключення уваги, аналізування, критичного осмислення сприйнятого, його креативне переосмислення можна стимулювати за допомогою роботи із статичними зображеннями, а також короткими нарізками теленовин, телепрограм, відео, наповнених майже будь-яким змістом, то підвищувати власну *психологічну культуру*, а тим більше, розв'язувати *внутрішні проблеми*, на нашу думку, бажано саме через художній медіаконтент і зокрема воєнний. За змістом такий медіаконтент є наближеним до досвіду постраждалих від війни й тому може бути більш

близьким і зрозумілим для зазначеної категорії, а відповідно й ресурсним для ефективної емоційної, ментальної підтримки.

У 2017 році проведено дослідження з метою виявлення медіауподобань щодо художніх й документальних стрічок воєнної тематики серед військовослужбовців й зокрема серед тих, хто був у зоні АТО (усього понад 200 осіб). Результати частотного аналізу позитивних відповідей в обох групах показали таке (табл. 1).

Уподобання перегляду ігрових фільмів про війну: військові – 38,5%, «атовці» – 41,7%. Уподобання переглядів документальних фільмів, сюжетів про АТО виявилися дещо відмінними: військові – 26,2%, «атовці» – 42,3%. Крім того, 36,7% військових і 37,5% «атовців» не визначилися щодо своїх уподобань щодо ігрових фільмів воєнного жанру; зрідка переглядають такі фільми 18,9% військових і 20,8% «атовців». Однак серед військових 5,9% ніколи не переглядають такі фільми, натомість серед опитаних «атовців» таких не виявлено.

Також не визначилися у своєму уподобанні щодо документальних фільмів воєнного жанру 34,5% військових і 29,1% «атовців»; зрідка переглядають такі фільми 28,6% військових і 23,1% «атовців». Ніколи не переглядають документалістику про війну 8,9% військових і 9,6% «атовців».

Таблиця 1

Медіауподобання комбатантів щодо перегляду воєнного медіаконтенту (у %)

	Військові					Атовці				
	пост	часто	вв	Зрідка	ніколи	пост	часто	Вв	зрідка	ніколи
Ігрові, художні фільми воєнної тематики	7,7	30,8	36,7	18,9	5,9	4,2	37,5	37,5	20,8	-
	38,5					41,7				
Документальні фільми, сюжети про АТО	6,5	19,6	34,5	28,6	8,9	7,7	34,6	23,1	23,1	9,6
	26,2					42,3				

Тобто *понад третину всіх опитаних* виявили позитивне ставлення до перегляду ігрових фільмів на тему війни. Що ж до перегляду воєнного медіаконтенту в документальному форматі, то понад третину «атовців» цікавляться подіями в АТО, натомість військовослужбовці дещо дистанціюються від документалістики. *Приблизно дві третини* опитаних переглядають зрідка або не визначилися (їм важко відповісти), чи подобається художній, а також документальний воєнний медіаконтент.

Привертають увагу *близько 10%* у кожній групі тих опитаних, які взагалі уникають перегляду документального кіно, відеосюжетів про війну.

Крім того, у 2016 році було проведено опитування комбатантів, які перебували в шпиталі на реабілітації. Його метою було з'ясування наявності негативної реакції в групі ризику щодо перегляду телепередач (телевізор був у холі відділення). У шпиталізованих комбатантів виявлено: ігрові фільми про війну викликають неконструктивні емоції (7,9%), що наближено до показників військових і «атовців»; документальні сюжети про події в АТО (26,3%), що значно перевищує показники військових і «атовців».

Незважаючи на окремі показники, отримані дані в цілому дають підставу розглядати воєнний медіаконтент як медіапсихологічний ресурс з певними застереженнями і застосовувати його як засіб емоційно-когнітивної, ментальної підтримки травмованих війною комбатантів.

Переваги воєнного **медіаконтенту як дидактичного матеріалу** полягають передусім у тому, що:

по-перше, саме зазначений медіаконтент може стати об'єктом поширення знань у візуальній формі про соціальні, родинні проблеми військових, психологічні розлади, викликані дистресом, а також варіанти успішних способів соціалізації, що презентовані у документальному, ігровому медіаформатах;

по-друге, всебічний аналіз і спільне обговорення вияву емоцій, почуттів, моделі поведінки героїв художньої стрічки воєнного жанру дають

можливість учасникам оптимізувати саморегуляцію власних внутрішніх станів, віднайти власні ресурси самовідновлення та соціальної адаптації;

по-третє, воєнний медіаконтент можна застосовувати в роботі з комбатантами з різною метою: мистецький твір – для стимулювання роздумів, високих почуттів; комерційний – для відпочинку, рекреації; пропагандивний продукт (у гарному сенсі) – для зміцнення переконань, світоглядних позицій.

Відбір для перегляду медіаконтенту і подальшої роботи з ним здійснюється за такими *загальними критеріями*:

будь-які класичні і сучасні формати презентації медіаконтенту (від традиційних світлин, графіки, документальних, ігрових стрічок до новітніх – слайд-шоу, відео, рекламних роликів, анімації, фрагментів телепродукції, «гіфок», анімацій, відео-звернень, «стримів» з інтернету;

медіаконтент, створений як *відомими авторами*, (фотографами, режисерами, професіоналами репортажної зйомки), так і *аматорами* (дітьми, дорослими і комбатантами зокрема);

популярний, поширений медіаконтент серед конкретної соціальної групи (для комбатантів, їхніх членів родин);

відповідність віковій, соціальній категорії (як врахування особливостей психологічного розвитку, психічного стану учасників групи);

змістова цінність медіапродукту (сміслові навантаження має викликати зацікавленість і стимулювати активне емоційно-когнітивне медіасприймання);

«застарілий» у часі медіаконтент (як стимул до його переосмислення, розвитку творчого медіасприймання, порівняння з сучасними ідеями / подіями);

Це основні вимоги до медіаконтенту як медіаресурсу подолання психологічних проблем. Також, бажано, щоб зміст відібраного медіаконтенту був *соціально загостреним* (резонансним). Крім того, за умов тривалої роботи з групою необхідно враховувати *індивідуальні* побажання учасників.

Нижче, до кожного медіаформату надані додаткові критерії відбору зразків медіаконтенту, його особливості, переваги й недоліки.

Зображення

Застосування медіаконтенту у форматі зображення представлено світлинами, графікою (картинками). В основі зображення лежить візуальний образ, який має певний обрис/форму і зміст. Нерухоме візуальне зображення має певні переваги над рухомих зображенням: статичність традиційної світлини або картинки дозволяє їх тривало розглядати, а відповідно надає можливість для більш ретельного аналізу.

Досвід роботи з групами і комбатантами у тому числі, показує, що зображення добре сприймаються, якщо вони організовані у тематичні відбірки (12-15 картинок). Тема відбірки – зміст картинок (світлин, графіки) має відповідати меті заняття, наприклад: розвиток психологічної культури передбачає ілюстрації психологічних станів, настроїв; розвиток мілітарного патріотизму – світлини про воїнів АТО, громадянського патріотизму – герої Майдану Гідності; розпізнавання пропаганди у форматі картинки/плакату – зображення організоване певним чином за принципами пропаганди та інше.

Слайд-шоу

Іноді тематичну відбірку картинок психолог може структурувати у формат слайд-шоу, який легко створюється за допомогою комп'ютерної програми. Головне, треба пам'ятати, що: перша картинка представляє *назву* слайд-шоу, *присвяту* (кому або чому), якщо використовуються *авторські світлини* певного автора – його ім'я, прізвище (наприклад, «Воїни АТО». Присвячується 93 ОМБр. Використано світлини Ігоря Ізварського; «Захист Донецького аеропорту». Пам'яті захисників ДАПу. Світлини Сергія Лойка); тривалість перегляду однієї картинки має бути не менше 3-4 секунд; обережно/мінімально використовувати запропонований програмою дизайн; музичний супровід, (якщо такий передбачено), має емоційно посилювати змістове посилення самих зображень. Остання картинка: авторство музики, автор слайд-шоу, рік.

Слайд-шоу із зазначеною структурою порівняно зі звичайним набором графіки (світлин, картинок) є більш цільним медіаконтентом для сприйняття, таким, який відтворює певну ідею, тему. Проте слайд-шоу втрачає можливість вибірково зупинитися на певному зображенні, щоб більш детально його розглянути й аналізувати.

Відео

Великою популярністю серед комбатантів користуються відео, відзняті самими ж комбатантами. Опитування показало, що відео люблять переглядати майже 40% комбатантів. Так звані аматорські відео легко можна знайти на YouTube, головне, щоб вони відповідали поставленій задачі роботи в групі. Крім того, практика показала, що ресурсними також є відео (як і слайд-шоу, анімація), так би мовити медіамистецького спрямування. Наприклад, «Мертвий натюрморт» британської фотографеси Сем Тейлор Вуд, який налаштовує глядача на філософське сприйняття життя; «Різдво», «Едіт Піаф» (та інші аматорські міні-анімації) української письменниці Ірен Роздобудько; «Пори року за дві хвилини» Еріка Солхейма та багато інших. Медіаконтент цього змісту, судячи з нашого досвіду, стимулює комбатантів до філософського стану душі, налаштовує на роздуми, надає можливість висловити у групі цікаві думки про життя, піднімає загальний настрій.

Рекламні ролики: соціальні, комерційні, аматорські

Потужним ресурсом для активного обговорення з комбатантами є застосування соціальних роликів. Якщо соціальні ролики мілітарної пропаганди піднімають статус захисників України «Слава ВПС!», «Повернись живим», «Балада про піхоту», «Цінності дорожчі за життя», то ролики, що висвітлюють допомогу знедоленим, хворим людям, проблеми екології відволікають комбатантів від своїх особистих проблем, певним чином применшують їх, у порівнянні з більш глобальними. Позитивно сприймаються ролики пропагандивного змісту типу серії «Я люблю Україну!».

Знайдеться й що обговорити в групі стосовно комерційних роликів, наприклад, «Мужній бренд «Козацька рада» (усі випуски). На цікаву дискусію може перетворитися перегляд і аналіз російського пропагандивного ролика «Я – русский окупант!» і української відповіді у форматі контр-пропаганди «Я – русский окупант!», яка з'явилася оперативно буквально наступного дня після виходу російської версії.

Не варто гребувати й музичними роликами, які можна застосовувати на початку або наприкінці заняття. Так, музичний ролик/відео, включений перед заняттям, поки усі збираються, створює настрій, налаштовує присутніх на певний лад, а кінці заняття – здатен підвести «емоційну риску».

Фрагменти теленовин

Фрагменти теленовин є ресурсним медіаконтентом для ознайомлення комбатантів з технологіями подачі інформації. Проте, перед тим, як робити нарізки, зауважимо, що у 65 % опитаних комбатантів теленовини викликають негативну реакцію різної емоційної вираженості: від поміркованої до агресивної. Тому, з метою ілюстрації саме задіяних технологій медіа, необхідно обирати більш нейтральні за змістом телесюжети. Обов'язково готувати фрагмент(и) певної події в інтерпретації різних телеканалів, з метою порівняти їхні версії презентації інформації, що напряду пов'язано з їхньою інформаційною політикою. Наприклад, запропонувати переглянути й зробити аналіз певної події на каналах «Прямий», «1+1», «Інтер», ICTV, «112» тощо.

«Нарізки» стрічок

Застосування «нарізок» здійснюється найчастіше у двох випадках: коли немає змоги переглянути увесь повнометражний фільм або коли робота з комбатантами потребує ілюстративного, візуалізованого доповнення теоретичних знань, наприклад, на заняттях з психологічної, історичної, культурної, пропагандивної та іншої просвіти. Нарізки з різних стрічок ігрових, документальних, або тих і тих разом – можуть стати підґрунтям запланованої тематичної дискусії.

Документальні фільми

Нагадаємо, що серед комбатантів приблизно 10 % є таких, які не люблять (а можливо й уникають) дивитися документалістику, особливо про події, пов'язані з війною. Цей момент треба враховувати у своїй роботі з групою: оголошувати наперед перегляд документального фільму певного змісту, погоджувати це питання з групою.

Нині в Україні є документальні фільми, які можна назвати потужними у плані психологічного ресурсу: як за змістом, так і за потенційним впливом. Варто згадати такі документальні стрічки як: «Міф» (2018), який розповідає історію життя та загибелі Василя Сліпака – оперного співака зі світовим ім'ям та унікальним голосом; «Донбас» (2018), що включає 13 пов'язаних сюжетів, які демонструють різні сфери життя на окупованих територіях; мінісеріал «Бліндаж» (2016) – про життя бійців АТО на передових; «Переломний момент» (2016) – це погляд на війну і революцію в Україні очима простих учасників цих подій, які з Майдану пішли на війну, щоб захистити і змінити свою країну та багато інших чудових фільмів. Психолог завжди має чітко розуміти мету перегляду кожного конкретного фільму, заздалегідь готувати запитання проблемного, дискусійного характеру. Тобто добре знати зміст і відповідні до поставленої мети задачі.

Художні фільми

Тема війни у кінематографі є традиційною і багатожанровою від реконструкції історичних битв, екранізацій романів відомих письменників, до бойовиків, воєнних драм, трилерів, комедій тощо (Череповська, 2017b; 2017c).

Воєнний ігровий медіаконтент найкраще представлено передусім в американському кіно. Аргументи на користь цієї тези такі. По-перше, саме кіноіндустрія США, спираючись не тільки на величезний досвід у створенні найсильнішої армії світу, її участі у багатьох війнах і воєнних конфліктах, а також на досвід реабілітаційної роботи з військовими ветеранами, зробила найбільш вагомий внесок зі створення фільмів, які більшою або меншою

мірою стосуються саме проблеми психології воїна. По-друге, як ми зазначали раніше, воєнні події, відображені в ігровій стрічці, які відбувались в *іншій* країні або дуже *давно за історичним часом*, сприймаються дещо відчужено й тому є менш психологічно ризикованими в плані медіастресу, ретравматизації. Також, неабияким аргументом на користь американського кіно стали дослідження вчених, які на підставі аналізу художніх стрічок воєнної тематики вивчали психологію солдатів, ветеранів в'єтнамської війни. Тобто, вбачали їх ресурсними для аналізу поведінки кіногероїв, їх життєвого шляху і ставлення до них суспільства.

Критеріями відбору воєнного художнього медіаконтенту для роботи з комбатантами є такі позиції:

- 1) врахування *ймовірного психологічного впливу фільму* на комбатантів і зокрема тих, хто знаходиться на реабілітації;
- 2) способи *відображення ознак травми війни* у кіногероїв;
- 3) *образ воїна в медіа*, поведінку якого варто наслідувати.

Має сенс розглянути критерії більш детально, що полегшить процес відбору дидактичного медіаконтенту. Отже, проаналізувавши понад три десятки ігрових фільмів різних жанрів (бойовик, воєнна драма, трилер-драма, комедія) і різної художньої цінності, ми виявили таке:

- 1) фільми воєнної тематики за їхнім *психологічним впливом* на глядача в цілому можна поділити на: фільми-ресурси, фільми-ризики, нейтральні.

Фільми-ресурси – це такі фільми, в яких відображено війну з усіма її руйнівними діями і жахливими наслідками, в яких персонажі не лише виконують накази, вбивають, набувають психологічних травм різного характеру і різної інтенсивності, але згодом здатні у різний спосіб подолати свою травму, знайти себе і розпочати нове життя. Саме такі стрічки можна вважати *психологічно ресурсними* для роботи із стабілізації емоційного стану, саморегуляції поведінки комбатантів. Прикладом можуть слугувати: «Народжений 4 липня» (1989), «Форрест Гамп» (1994), «Американський снайпер» (2014), «3 міркувань совісті» (2016), «Меган Ліві» (2017),

«Останній помах прапора» (2018), «Дякуємо за вашу службу» (2017), «Майор Пейн» (1995) тощо.

Фільми-ризик, в яких відображено не лише жахіття війни (іноді з фізіологічними подробицями понівеченого тіла, частинами тіл, мертвими тілами), але й «жахіття» життя ветерана після війни, що, за задумом авторів, створюють виражений психологічний ефект жаху, безвиході, депресії, суїцидальних намірів персонажів – вважаємо потенційно *психологічно ризикованими*. Такі стрічки можуть стати *медіатригерами*, здатними викликати ретравматизацію у військових, ветеранів, що вже мають травму війни. Ці фільми, понад усе, спрямовані не так на комбатантів, як на суспільство в цілому й можливо на родини комбатантів у тому числі. Такі фільми допомагають краще зрозуміти, з чим стикається солдат на війні, як він страждає від стресогенних факторів, непорозуміння близьких, байдужості цивільних. Це такі стрічки, як «Далекий грім» (1988), «Контузія» (1984), «Апокаліпсис нині» (1979), «Війна» (ManDown, 2016) тощо.

Фільми, які за змістом зображують воєнні події, спецоперації і представлені у жанрі «бойовик»/«екшн», «гостросюжетний», як правило є *психологічно нейтральними* на стільки, на скільки воєнну тематику взагалі можна назвати нейтральною. Проте й користь від них у роботі психолога з комбатантами також є «нейтральною». Зазначені жанри вже самі по собі передбачають мінімум емоційних переживань кіногероїв, тому що смислове навантаження жанру спрямоване передусім на розгортання «гострого» сюжету, видовищність. В таких стрічках переважають нестримні дії: бійки, динамічні переслідування, вибухи, стрілянина, яскраві візуальні ефекти. Такі фільми, часто-густо відображують самотійні намагання героя відновити справедливість, що нерідко переростає у маленьку війну. Не зважаючи на те, що багато хто з комбатантів їх переглядає, вони не є ресурсними для відновлення саморегуляції, проте можуть стати предметом розваги, виконувати рекреаційні функції. Згадаймо «Командос» (1985), «Рембо»

(пізніші версії), «Універсальний солдат» (1992), з більш нових стрічок зазначимо «Перевізник» (2002, 2005, 2008) тощо;

2) за критерієм *відображення ознак травми війни у кіногероїв*, фільми можна розподілити на три основні способи презентації психологічної травми. Отже, *традиційний* і найбільш поширений спосіб візуальної презентації симптомів травми війни й ПТСР зокрема, полягає у відображенні як самої травматичної події, що спричинює психологічні розлади, так і її наслідків, що виявляються в поведінці і вчинках персонажів фільму.

Іноді сюжет передбачає більш *ускладнену презентацію бойової травми* солдата/ветерана, яка лягає вже на підґрунтя попередньої травми, отриманої в дитинстві, довоєнному дорослому житті (наприклад, «Міна», 2016).

Також не можна оминати і *метафоричне подання* перебігу психологічної травми ветерана, коли розлади психіки особистості показуються не в зовнішніх проявах його поведінки, а як такі, що відбуваються «в голові» кіногероя. Ця уявна реальність, в яку він періодично занурюється і «проживає», й якої не бачать інші персонажі – інтригує і водночас ускладнює сприймання глядача («Війна» / ManDown 2016);

3) *образ воїна в медіа, поведінку якого можна наслідувати* є важливим критерієм відбору фільмів. Аналіз історії художнього воєнного медіаконтенту показує, що попервах у кінематографі 70-х минулого століття виник стереотип вояка, як «*машини вбивства*» (відчужений солдат/ветеран, часто з агресивною, асоціальною поведінкою); потому, вже у 80-х, з'являється стереотип «*жертви*» (такий кіногерой вже не так несе загрозу суспільству, як викликає переважно співчуття або взагалі є зламаним).

Останнім часом кіноіндустрія створює більш інтегрований образ воїна. Він може мати виражену маскуліність, властиву для бійця, любити свою «роботу» солдата, але й водночас по-людські страждати від різних стрес-факторів, неоднозначних ситуацій, непростих сімейних обставин. При цьому він не втрачає сили духу (або йому допомагають близькі люди) і є свідомим того, щоб нести відповідальність за будь-які свої дії. Такий образ «*людини-*

воїна» є більш оптимістичним і більш ресурсним для аналітичної роботи, орієнтованої не тільки на психоедукацію посттравматичних реакцій, станів, розладів, а й на обрання віртуального орієнтиру для наслідування, пошуки власних ресурсів для відновлення життя після війни. Це: «Американський снайпер» (2014), «Лють» (2014), «З міркувань совісті» (2016), «Війна» (2017, Данія), «Меган Ліві» (2017) та інші.

Нині можна спостерігати стрімкий розвиток вітчизняного кіно і воєнного жанру зокрема. Однією з перших і вагомих стрічок сучасного українського кінематографу воєнного жанру стала стрічка «Кіборги» (2017), також бойовик «Позивний Бандерас» (2018), воєнна драма «Іловайськ 2014. Батальйон Донбас» (2019), «Черкаси» (2020). Ці фільми, як, до речі, й американські, часто-густо мають чіткі патріотичні посили: елементи відкритої («білої») пропаганди – пропаганди у доброму сенсі. Така пропаганда закликає глядача не тільки любити Батьківщину, стимулює розвиток його військового патріотизму, емоційну стійкість до стресогенних ситуацій, а й укріплює національну ідентичність, актуалізує і загострює вищі почуття, зміцнює і піднімає дух, стає певною профілактикою травми війни.

Колись Наполеон казав, що успіх армії на дві третини залежить від її морального духу). Саме тому патріотичний медіаконтент, як стимул розвитку мілітарного патріотизму і професійної вмотивованості комбатантів, підносить роботу військового в екстремальних умовах на високий, духовний рівень, а не знецінює її. Саме міцний дух надає військовому впевненості у правоті своїх дій в умовах війни, стверджує його переконання, світоглядні позиції щодо захисту Батьківщини. Прикладами такого медіаконтенту, крім вище зазначених, можуть бути такі різножанрові стрічки, як «Патріот» (США, 2000); «Нескорений» (Україна, 2000); «Далекий постріл» (Україна, 2005), «Захар Беркут» (Україна, 2019).

Разом з тим, як показали результати опитувань, не усі комбатанти переглядають ігрові фільми про війну. Й хоча їх кількість становить менше 10% у нашому опитуванні, тим не менше, на це треба зважати, бо вони

можуть представляти групу ризику з ретравматизації. Наявність «небажаючих» комбатантів, з тих або інших причин, не сприймати воєнну тематику, потребує застосування спеціально відібраного іншого, не воєнного, нейтрального медіаконтенту.

Критерієм відбору «нейтральних» стрічок є передусім наявність внутрішнього конфлікту у кіногероя, а також обов'язковий «хепі-енд» кінооповідання. Так, наприклад, ветеран – головний герой фільму «Запах жінки» (1992), в кульмінаційний момент «почув» і усвідомив те, що він комусь потрібен, а його життя, ним самим знецінене, для когось є важливим.

Тобто, нейтральний медіаконтент 1) може бути будь-якої тематики, окрім явно воєнної, 2) у ньому має бути презентована психологічна драма кіногероя, 3) вона має стимулювати комбатантів до роздумів, проведення аналогії (навіть віддаленої) зі своєю проблемою, 4) розв'язок проблеми кіногероя має бути конструктивним, таким, що мотивує учасників групи до пошуку власних ресурсів або стверджує вже обраний ними шлях щодо особистісного зростання.

Прикладами таких фільмів можуть бути: «Запах жінки» (1992), «Легенда Багера Ванса» (2000), «Мандри Гектора у пошуках щастя» (2014), «Собака на ім'я Герцог/Дюк» (2012), «Недоторканні» (2011) тощо.

Отже, компетентне застосування воєнного та іншого за змістом медіаконтенту різних візуальних форматів в роботі з комбатантами, членами їхніх родин допоможе їм саморегулювати свої внутрішні стани, розв'язувати конфліктні ситуації, полегшити пристосування до мирного життя, надасть впевненості у собі. Водночас також треба розуміти, що сам по собі медіаконтент будь-якого формату не може в повній мірі стимулювати ці оптимістичні функції. Натомість, в якості дидактичного матеріалу і за допомогою методів медіапсихології, а також групової роботи це видається більш реальним.

1.2.3. Медіапсихологічні ресурси:

основні методи медіапсихології

Медіапсихологічні ресурси становлять не тільки застосування *медіаконтенту* як дидактичного матеріалу, а й психологічний *інструментарій*, спрямований на спеціальне сприймання й опрацювання будь-якого медіаконтенту. Тобто, медіапсихологічні ресурси можна представити двома напрямками: *чим* здійснювати і в *якій* спосіб реалізувати визначену мету. Відповідно маємо два типи ресурсів, які знаходяться у двох різних площинах: умовно предметній («що?») і процесуальній («як?»).

Розглянувши у попередньому розділі медіаконтент, зупинимося на психологічному інструментарії. Це поняття охоплює психологічні методи, методики, вправи, прийоми, техніки, які спрямовані на корекційну, розвиваючу роботу з різними категоріями людей, які потребують психологічної допомоги.

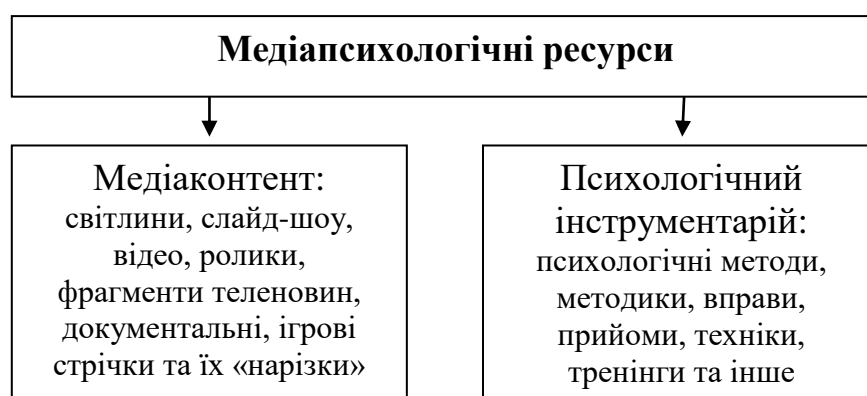


Рис. 4. Загальна структура медіапсихологічних ресурсів

Комплекси методик, вправ, прийомів, технік, тренінгів, організованих у рамках певної психологічної теорії, підходу, концепції становлять технології. У даному контексті – це медіапсихологічні технології, які спрямовані на: 1) навчання певних когнітивних умінь і навичок, 2) психологічну просвіту, 3) корекцію і розвиток навичок саморегуляції для розв’язання психологічних проблем за допомогою медіа.

У межах медіапсихології, яка вивчає вплив медіа на людину і вплив людини на медіа, нами створено *модель медіапсихологічної підтримки комбатантів* (ММПК). Ця модель спрямована передусім на забезпечення їхнього психологічного благополуччя та ґрунтується на таких загальних *методах* як: профілактика, психоедукація, саморегуляція. Своєю чергою, реалізація методів здійснюється за допомогою медіапсихологічних *технологій*. Серед них такі:

1) **«медіаграмотність»**, *метою* якої є превенція деструктивних впливів медіа на особистість, прямо чи опосередковано, травмовану війною; *суть технології* полягає у набутті когнітивних знань і умінь, які здатні допомогти запобігти: 1) можливій ретравматизації комбатантів, коли медіа може спрацювати як тригер первинної бойової травми; 2) додатковій, непрямій травмі – власне *медіатравмі*, яка здатна спричинити не тільки медіастрес, а й у випадку систематичної, тривалої дії, сприяти поступовій руйнації ідентичності особистості: її цінностей, переконань, автономності, емоційно-когнітивної сфери тощо.

2) **«візуалізована психоедукація»** – її *метою* є просвітництво як поширення знань у візуалізованій формі про емоційні стани, розлади у військових та надання їм первинної допомоги, а також підвищення психологічної культури; *суть технології* – візуалізація (як ілюстрація) конкретної інформації, тобто, надбання знань у візуальному (образному) форматі, що підсилюють раціональну інформацію.

3) **«саморегуляція внутрішніх емоційних станів»**, *метою* цієї технології є стабілізація емоційного, ментального, екзистенційного рівнів особистості як вихід на психологічне благополуччя та успішну соціалізацію. *Суть технології* полягає у поліпшенні психологічного стану комбатантів за допомогою перегляду медіаконтенту, рефлексії власних емоцій і почуттів, аналізу сприйнятого, його спільного обговорення в групі у форматі медіаклубу і як результат – готовність розв'язувати власні проблеми, планувати майбутнє. (Технології прописані у другому розділі).

1.3. Групова робота на підтримувальному етапі

1.3.1. Роль групової роботи в контексті емоційної, ментальної підтримки

Як правило, заходи підтримки відбуваються у груповому форматі та передбачають можливість індивідуальних консультацій (A Family Guide..., 2016). У групі учасник отримує можливість не лише успішно повзаємодіяти з іншими, але й досягти внутрішнього комфорту і в повній мірі використати свій потенціал (Малкина-Пых, 2007). Будь-яка форма групової роботи з особами, що мають травматичний досвід, завжди спрямована на досягнення певних терапевтичних цілей (Хоружий, Пішко, Лозінська, 2017).

Для позначення різноманітних форм групової психологічної роботи використовується досить велике коло термінів, межі сфери застосування яких дуже розмиті: групова психотерапія, психокоректувальні групи, групи досвіду, тренінгові групи, групи активного навчання, практичні експериментальні лабораторії. Важко визначити, де проходить межа між психотерапією, психокорекцією, навчанням і особистісним розвитком.

Взаємодіючи у спеціально організованих малих групах, учасники включаються у своєрідний досвід інтенсивного спілкування, орієнтований на надання допомоги кожному у вирішенні різноманітних психологічних проблем і в розвитку самосвідомості (Хоружий, Пішко, Лозінська, 2017).

Залучення медіапсихологічних засобів до цього процесу посилює взаємодію у групі та дає змогу опосередковано, через медіа, ділитися власними переживанням та виловлювати власну думку, не побоюючись за власну репутацію серед учасників групи.

Хоча будь-яка людина, перебуваючи в групі, отримує менше уваги, аніж при індивідуальній роботі, існує ряд причин, які зумовлюють успіх групової терапії:

Соціальний аспект. Під час роботи чи гри, в моменти інтимної близькості та під час багатьох інших ситуацій, людина відчуває потребу вступати в контакт з іншими людьми, ділитися своїми враженнями. У груповій взаємодії цей аспект задовільняється;

Можливість отримати зворотній зв'язок і підтримку. Взаємодія із членами групи дає змогу індивіду отримати підтримку інших членів групи, які мають схожі проблеми та досвід їх вирішення, а тому здатні надати суттєву допомогу. У процесі взаємодії, що відбувається у групі, усвідомлюється цінність інших людей та потреба в них.

Спостереження як інструмент для внутрішнього розвитку. У групі можна бути не лише учасником подій, але і спостерігачем. Спостерігаючи зі сторони за перебігом групової взаємодії, індивід має змогу ідентифікувати себе з активними учасниками і використати результати цих спостережень для власних самоусвідомлень. Особистість неминуче потрапляє в стан, що спонукає самодослідження та інтроспекцію через порівняння себе з іншими. Долучаючись до обговорення ситуацій активних учасників, учасник, який є спостерігачем, легше наважується на вербалізацію власних бажань та проблем, спостерігаючи підтримку від групи стосовно тем, що обговорюються.

Гнучкість групових форм дозволяє моделювати різноманітні форми міжособистісної взаємодії, розробляти різноманітні програми та працювати з різними категоріями учасників.

Виокремлюють 10 основних психотерапевтичних факторів, які притаманні більшості груп і глибше розкривають роль групової роботи у контексті емоційної, ментальної підтримки (Рудестам, 1998):

- *Згуртованість.* Це одна з двох головних умов, що сприяє досягненню групою успіху.
- *Стимулювання сподівань.* Віра в можливість змін сама по собі має терапевтичну дію.

- *Генералізація (універсалізація).* Люди приходять у групу кожен зі своїми проблемами, але з часом усвідомлюють, що і в інших є такі ж труднощі, такі ж відчуття власної неспроможності та відчуження від інших.
- *Альтруїзм.* Цілющий вплив має усвідомлення того, що кожен в групі потрібен і корисний для інших.
- *Надання інформації.* В деяких групах використовуються прямі інструкції та поради.
- *Множинне перенесення.* Будь-яке викривлене сприйняття реальності і будь-яке порушення у сфері взаємовідносин з іншими людьми, які викликані подіями, що відбулися в минулому, особливо сімейними, проявляються у групі. Емоційні прив'язаності члена групи до її керівника, партнера або групи в цілому піддаються перевірці, за необхідності, раціональній та реалістичній оцінці.
- *Міжособистісне навчання.* Група створює умови для дослідження позитивних та негативних емоційних реакцій, а також для аналізу нових форм поведінки. Члени групи можуть відкрито просити один в одного про допомогу і підтримку та демонструвати сильні афективні прояви, що сприяють набуттю корегуючого емоційного досвіду.
- *Розвиток навичок спілкування.* Свідомо чи безсвідомо, члени групи вдосконалюють власні комунікативні навички у соціумі.
- *Наслідувальна поведінка.* Уміння себе поводити, частково набувається в процесі спостереження з іншими. На початковому етапі роботи в групі можливе наслідування поведінки керівника або інших особливо популярних членів групи з ціллю отримати схвалення. Поступово учасники починають експериментувати з усіма моделями поведінки, що зустрічаються в групі.
- *Катарсис.* Коли довго стримувані почуття провини, ворожості або «неприйнятні» прояви знаходять вихід у групі. Це приносить відчуття полегшення та звільнення. Але головна користь від катарсису полягає в

посиленні згуртованості, яка відбувається внаслідок інтенсивної взаємодії членів групи між собою в умовах безпеки і взаєморозуміння.

Комунікативні уміння, що розвиваються в групі, включають опис поведінки, комунікацію почуттів, активне слухання, зворотний зв'язок і конфронтацію. Успішне оволодіння цими уміннями членами групи зводить до мінімуму обмеженість і відчуження в групі, покращує співпрацю і допомагає досягненню групової мети (Хоружий, Пішко, Лозінська, 2017). Сприймаючи різноманітні реакції членів групи на свої страждання – від висміювання до заохочення і співчуття, людина поступово намагається відшукати всередині себе ресурси, на які можна спертися, щоб стати більш автономною і самодостатньою (Титаренко, 2018).

Одним з кращих діагностичних показників потенційної успішності участі членів групи і груповій роботі є поведінка на перших спільних заняттях. Група має бути достатньо великою, щоб забезпечити необхідне різноманіття взаємодії і достатньо компактною, щоб кожен міг почувати себе її невід'ємною частиною. Вважається, що мінімальна кількість життєздатної групи – 4 особи. На відміну від терапевтичних груп, типові групи особистісного розвитку дещо більші можуть нараховувати 15 осіб.

У цьому посібнику ми розглядаємо **групові форми роботи** за такими напрямками:

- 1) навчання певних когнітивних умінь і навичок для профілактики медіатравми;
- 2) психологічна просвіта (психоедукація);
- 3) корекція і розвиток навичок саморегуляції для розв'язання психологічних проблем з використанням медіа.

Нижче наводимо завдання, які ми визначаємо для таких груп. *Навчальна група*: дати знання за конкретними напрямом і для конкретної задачі (наприклад, як аналізувати контент та виявляти маніпулятивні аспекти в ньому). *Психоедукаційна група*: розширити розуміння виникнення та прояву тих чи інших симптомів ознак психотравматизації; посилення

сприйняття, за допомогою медіа, тем спрямованих на покращення подружніх стосунків. *Група, спрямована на розвиток саморегуляції*: надати емоційну підтримку, змотивувати на пошук внутрішнього ресурсу; дати відчуття дружнього плеча, спонукати до пошуку конструктивного вирішення питання, яке турбує; створити умови для обміну поглядами, думками; допомогти членам групи впоратися з проблемною ситуацією тут і зараз та надати інструменти для подальшої самостійної допомоги; продемонструвати за допомогою медіаконтенту способи саморегуляції тих чи інших емоційних проявів.

Водночас варто враховувати, що під час ведення групи може відбуватися поєднання кількох вище згаданих категорій груп. Наприклад, група навчальна, а під час перегляду медіаконтенту епізод спрацював тригером та активізував травматичні спогади учасників (одного або кількох) і тоді необхідно застосовувати корегувальні інструменти. Так само кожен з видів групової роботи включає психоосвітню складову, у тому числі і групи, спрямовані на покращення навичок саморегуляції (наприклад, демонстрація технік саморегуляції, особливостей пошуку ресурсу тощо).

Тобто чіткої межі розподілу між такими групами немає. Ведучому групи важливо розуміти, який аспект групи включився і відпрацювати його. Не рекомендується ігнорувати емоційні стани учасників, навіть, якщо на початку планувалося провести суто психоедукаційну групу.

Отже, **значення має** склад та характеристика групи, місце проведення групової роботи і завдання, на які орієнтована групова робота.

Хто визначає завдання групи: ведучий чи група? Перш за все мету і завдання групової роботи визначає особа, яка проводить групову роботу. Саме від неї залежить, з яких учасників складатиметься група.

Особливості ведення та модерації групової роботи

Проведення в парі. Важливим фактом є проведення заходу двома співведучими. Коли захід проводять двоє фахівців, це дає змогу постійно

тримати в полі зору всіх учасників групи та моніторити їхній психоемоційний стан. Коли один з фахівців розповідає матеріал або модерує обговорення, інший стежить за реакцією учасників та реагує відповідно за потреби. Також робота в парі дозволяє одному з фахівців переключитися на індивідуальну роботу з кимось з учасників (наприклад, якщо хтось розплакався, підійти і поспілкуватися за межами групи, або якщо хтось вийшов з кімнати на емоціях – піти разом з ним). Водночас інший ведучий може спокійно продовжувати групову роботу. Якщо група складається з 30 і більше осіб, має бути двоє основних ведучих і кілька асистентів, які зможуть за необхідності оперативно відреагувати на нестандартні обставини.

Емоційні прояви. Ми ніколи наперед не знаємо, як можуть відреагувати учасники групи на той чи інший медіаконтент або на якісь слова інших учасників. Але ми як фахівці завжди маємо бути готові адекватно відреагувати на ті чи інші прояви емоцій учасників групи. Якщо один з учасників починає висловлюватися досить емоційно чи навіть агресивно, модератору не варто одразу зупиняти учасника. У такій ситуації доречно дати йому змогу висловитися у повній мірі, потім витримати паузу та дати можливість групі відреагувати. Після цього доцільно уточнити у конструктивній формі, що саме хотів сказати учасник (наприклад, «чи вірно я розумію, що саме ось цей момент викликав у Вас суперечливі емоції (називаємо які саме) і Вас обурило (називаємо стан який відповідає реальності), що Ви згадали цю ситуацію?». Наприкінці цієї ситуації варто уточнити в учасників, чи в когось ще виникли схожі або, можливо, інші емоції на цей рахунок. Після завершення висловлювань, продовжити модерацію, переводячи існуючу комунікацію в рамки теми заходу. Наприклад, якщо перед цією ситуацією переглядався відповідний контент, можна запитати «Чи проявлене на цьому відео несприйняття думки іншого?» (якщо в груповій комунікації таке несприйняття мало місце, якщо ж ні – формулюємо питання відповідно до ситуації).

Чому важлива така схема роботи? Якщо хтось з учасників групи проявив досить бурхливо свої емоції, це могло у певній мірі зачепити інших учасників групи. Тому для повернення роботи у конструктивне русло важливо аби всі емоції, які актуалізувалися, були опрацьовані через вербалізацію. Також, той факт, що модератор дає змогу учаснику висловити свою думку у повній мірі, навіть, досить емоційно, демонструє для інших учасників дозвіл говорити те, що вони відчують і думають насправді.

Важливо пам'ятати! Фахівці, які проводять такі заходи теж люди 😊 І варто допускати можливість того, що в певний момент групової роботи у модератора може включитися власна емоційна реакція на ті чи інші слова учасника. Саме тому важливою є робота в парі. На такий випадок фахівці домовляються про «стоп-слово» чи «стоп-фразу» (наприклад, «варто зауважити», «хотілось би зазначити», «з твого дозволу, я додам»). Ведучий групи, який помічає, що його колега починає надто емоційно реагувати, говорить стоп-фразу, тим самим спонукаючи врегулювати внутрішній стан. У фахівців, які мають тривалий досвід співпраці, є правило «довіри один до одного». Якщо один з партнерів помічає емоційну реакцію іншого, він просто коректно і спокійно включається в розмову (не перебиваючи колегу). Така дія є сигналом для колеги, що той емоційно включився в дискусію і має змінити свою реакцію.

Після завершення заходу обов'язковим елементом є обговорення між усіма ведучими та асистентами особливостей роботи в групі, в тому числі, емоційних моментів. Таке обговорення надає надзвичайно цінний матеріал для проведення таких схожих заходів та напрацювання роботи в парі.

Формально-організаційні моменти

На самому початку заходу важливо дотримуватися послідовності дій (Малкина-Пых, 2007; Хоружий, Пішко, Лозінська, 2017), яку традиційно використовують під час проведення групових форм роботи:

- *Представлення ведучих заходу та асистентів*, якщо такі є (хто вони, їхній професійний досвід);
- *Представлення алгоритму роботи* (знайомство, перегляд медіаконтенту, обговорення, вправи, анкетування, запланований час, перерви тощо);
- *Знайомство учасників*, з використанням питання, яке може торкатися досвіду усіх учасників. Враховуючи, що на момент проведення заходу учасники один одного вже знають і в групі існує довіра, важливо ставити питання, яке стосуватиметься теми зустрічі. Наприклад, «*Назвіть ім'я, і кілька слів про те, чи доводилося Вам спостерігати колись людину у стресовому стані?*» (якщо тема зустрічі профілактика стресових станів); «*Чи бували у вас моменти в родині, коли ви намагались донести якусь думку, а вас не розуміли*» (коли тема зустрічі спілкування в родині). Питання можуть бути будь-які, головне, вони мають актуалізувати в учасників думки стосовно теми зустрічі.

- *Узгодження правил роботи в групі*: (анонімність; попередження про те, що можуть виникати різні емоційні стани і це нормально, що головне, в процесі роботи всі емоції пропрацювати і залишити тут; можливість залишити аудиторію, якщо буде потреба; повага до думок та емоцій один одного; «правило піднятої руки»; інші правила, які група ще захоче додати). Правила можна записати на фліп-чарті, або просто проговорити усно.

- *Отримання дозволу на фотографування та запису для власного використання або для публікації матеріалів*, якщо це передбачено.

Багато груп сьогодні не можуть витратити час занять на створення власної соціальної організації, тривале з'ясування мети і вироблення плану дій. Отже, керівники короткострокових груп повинні бути активними, діючи у багатьох випадках як учасники, вступаючи в конфронтацію і забезпечуючи зворотний зв'язок протягом всього часу розвитку своїх груп. Керівники можуть також грати активну роль в розповсюдженні інформації,

моделюванні умінь і забезпеченні групи зворотним зв'язком (Хоружий, Пішко, Лозінська, 2017).

Існуючі формати групової роботи, з якими працюють фахівці, можуть бути підсилені медіапсихологічними засобами. Медіапсихологічні засоби, у поєднанні з іншими психотерапевтичними методиками, можуть бути ефективним інструментом для розвитку психоемоційної культури та подолання наслідків психічної травми (наприклад методика медіаклуб у поєднанні з методами арт-терапії, або тілесно-орієнтованої терапії).

Для того щоб групова робота із використанням медіапсихологічних засобів відбулась ефективно, потрібно враховувати такі передумови:

- **Гомогенність** як схожість групи в соціально-психологічній площині. Важливо, щоб групова робота, яка передбачає емоційну підтримку з особами, які раніше не були між собою знайомі, проводилася серед однієї категорії осіб (наприклад, дружини комбатантів, матері комбатантів, комбатанти, рідні діючих військових, рідні загиблих військових, рідні комбатантів, які втратили кінцівки, рідні комбатантів, які мають досвід перебування в полоні, тощо). Ця умова допоможе створити первинну довіру в групі і дасть змогу кожному з учасників відчувати, що він серед таких, як сам, тому тут його зможуть зрозуміти.

- **Емоційна стабілізація групи.** На цьому етапі доцільно використати техніки для врегулювання психоемоційних станів, як тих, з якими учасники прийшли на заняття, так і тих, які виникли на попередніх етапах групової роботи, якщо така була. Найкраще для цього підходять вправи з тілесно-орієнтованої терапії. Наприклад, вправи, що включають дихання, прогресивну релаксацію та стиснення і розтиснення за Е. Джекобсоном, О. Лоуеном, вправи на заземлення. Вправи з тілесно-орієнтованої терапії дають можливість одразу відчувати фізичний та емоційний ефект від роботи з психологом в групі. Після цього етапу довіра до психологічної роботи підвищується в рази, учасники розкриваються в групі, звертаються за

індивідуальними консультаціями та проявляють бажання й надалі працювати в групі. Наявність досвіду використання простих засобів саморегуляції емоційних станів дає більше ресурсу для перегляду контенту, який містить епізоди, що можуть стати тригером.

Приклад про гомогенність та стабілізацію з практики. На перше тренінгове заняття прийшло 18 осіб, серед яких виявилися різні категорії учасників. Відповідно, принцип гомогенності напочатку був порушений. Після етапу синхронізації, для ефективної роботи, групу було розділено на дві частини: одна – батьки, інша – комбатанти та дружини комбатантів. Групи було розміщено у різних кабінетах. З групою батьків працював капелан, з групою комбатантів та дружин – двоє психологів. Групова робота з комбатантами та дружинами на цьому етапі включала вправи з тілесно-орієнтованої терапії в парах, що дало можливість учасникам відчувати фізичний та емоційний результат «тут ті зараз» (деякі з учасників зазначили, що вперше за довгий час покращився настрій), після чого деякі чоловіки звернулися за індивідуальною консультацією. Надалі групу, у якій були комбатанти та дружини, було розділено (чоловіки і жінки окремо). Тут основна групова робота проходила з жінками (техніки по роботі з негативними емоційними станами), після чого дружини почали звертатися за індивідуальними питаннями та заявили намір брати участь у наступних зустрічах такого характеру.

- **Синхронізація** групи як процес попереднього знайомства між учасниками та одночасного обміну первинної інформації щодо себе. Синхронізація забезпечується перебуванням всіх учасників групи у колі, в якому відбувається знайомство та озвучування очікувань по черзі. Під час цього етапу учасники можуть озвучити власні проблеми, які вони очікують вирішити в групі і це дає змогу іншим учасникам відчувати, наскільки їхні проблеми схожі. Після знайомства доречно запускати обговорення про обмін досвідом щодо найбільш схожої для всіх проблеми. Ця умова підсилює первинну довіру в групі і створює передумови для відкритості, як до психолога, так і до учасників групи. Навіть, якщо хтось з учасників не хоче приймати активну участь у роботі групи, проста його присутність у груповому колі вже сприятиме його підтримці групою.

Приклад про синхронізацію з практики. В групі з десяти учасниць (дружини та матері комбатантів) після етапу знайомства за кавою, що передував етапу емоційної стабілізації, одна з учасниць всіляко уникала повернення у коло групи. У результаті її запросили просто посидіти в колі, не виконуючи вправи, якщо не бажає. Весь час жінка поводити себе відсторонено (не приймала участь в обговоренні, не виконувала вправи, які виконували всі інші учасниці). Але активну участь, зокрема у виконанні вправ, брала її десятирічна донька. Наприкінці заняття донька сказала матері, що після всіх цих вправ їй стало легше. По завершенню групової роботи жінка з донькою в індивідуальному порядку підійшли до психолога: донька розповіла, як себе поводить тато вдома. В результаті жінка, мати дівчинки почала ділитися про наболіле та питати у психолога порад.

- ***Поступове введення медіапсихологічних засобів у роботу групи.***

Лише врахувавши три попередні передумови, можливо поступово вводити медіазасоби на першому занятті групи. Починати варто, використовуючи відео або фільми, спрямовані на відновлення та підсилення внутрішнього ресурсу. Також можна використовувати короткі відео з елементами гумору, які можуть активізувати знайомство через обговорення. Наприклад серію однохвилинних відео «Про різні точки зору» (Додаток 8.3)

Додаткові особливості. Медіапсихологічні засоби з використанням контенту, який може сколихнути травматичні спогади (наприклад, прояв симптомів ПТСР у стосунках із сім'єю, флешбеки тощо) з такою категорією, як комбатанти та члени їхніх родин, варто *використовувати для роботи не раніше третьої-четвертої зустрічі* (важливо, щоб на цей момент були присутні лише учасники, які були на попередніх зустрічах, де відбулася стабілізація та синхронізація групи). Для роботи з цією категорією учасників, медіаконтент для психологічної роботи потрібно підбирати, враховуючи інформацію про учасників групи (наприклад, яке відношення мають до АТО/ООС, яка ситуація в родині, яка ситуація зі здоров'ям, інші проблеми тощо). Саме врахування вище зазначених соціально-психологічних передумов створює можливість ефективного використання

медіапсихологічних засобів у груповій роботі та досягнення поставлених цілей.

1.3.2. Характеристика груп комбатантів та членів їхніх родин

Психосоціальну підтримку у форматі групової роботи з використанням медіапсихологічних засобів ми пропонуємо розглядати як складову:

- 1) психологічного супроводу діючих військовослужбовців (як строкової служби, так і служби за контрактом);
- 2) психосоціальної підтримки членів родин діючих військовослужбовців;
- 3) підтримувального етапу процесу ресоціалізації та відновлення ветеранів, учасників бойових дій (в умовах АТО/ООС) демобілізованих з військових структур;
- 4) психосоціальної підтримки членів родин ветеранів учасників бойових дій (учасників АТО/ООС), демобілізованих з військових структур.

Групові форми роботи з використанням медіапсихологічних засобів пропонується застосовувати відповідно до поставлених завдань, спрямованих на конкретну категорію осіб. Нижче розглянемо деякі з основних категорій.

- **Військовослужбовці строкової служби та військовослужбовці служби за контрактом без досвіду участі в АТО/ООС.**

Завдання: медіаінформаційна грамотність; розвиток критичного мислення, саморегуляція емоційних станів при взаємодії з медіа; психоедукація (за темами: стрес, бойовий стрес, гостра стресова реакція, ПТСР, контузія, важкі емоційні стани, подружні стосунки тощо); формування навичок саморегуляції важких психоемоційних станів та надання першої психологічної допомоги колегам. А також налагодження комунікації у стосунках (Додаток 10).

- **Військовослужбовці служби за контрактом, які мають досвід участі в АТО/ООС**

Завдання: медіаінформаційна грамотність; розвиток критичного мислення, саморегуляція емоційних станів при взаємодії з медіа; психоедукація (за

темами: стрес, бойовий стрес, гостра стресова реакція, ПТСР, контузія, важкі емоційні стани, подружні стосунки тощо); формування навичок саморегуляції важких психоемоційних станів та надання першої психологічної допомоги колегам; пошук ресурсу для відновлення та ресоціалізації. А також налагодження комунікації у стосунках (Додаток 10).

Важливо! Медіапсихологічні ресурси психоедукаційного характеру мають обиратися *зважаю* з урахуванням емоційного стану учасників групи, беручи до уваги можливість інтрузивних проявів у зв'язку з переглядом контенту.

- **Ветерани, учасники бойових дій (учасники АТО/ООС), демобілізовані з військових структур**

Завдання: медіаінформаційна грамотність; розвиток критичного мислення, саморегуляція емоційних станів при взаємодії з медіа; психоедукація важких психоемоційних станів; формування навичок саморегуляції важких психоемоційних станів; пошук ресурсу для відновлення та ресоціалізації; психоедукація подружніх стосунків та стосунків в сім'ї у цілому.

- **Дружини діючих військовослужбовців, які не мають досвіду участі в АТО/ООС**

Завдання: психоедукація стресових станів та техніки їх саморегуляції; психоедукація подружніх стосунків.

- **Дружини діючих військовослужбовців, які мають досвід участі в АТО/ООС**

Завдання: психоедукація стресових станів та техніки їх саморегуляції; психоедукація подружніх стосунків; психоедукація подружніх стосунків при проявах ознак психотравматизації чоловіка; пошук внутрішнього ресурсу.

- **Дружини ветеранів, які мають досвід участі в АТО/ООС, демобілізованих з військових структур**

Завдання: психоедукація стресових станів та техніки їх саморегуляції; психоедукація подружніх стосунків; психоедукація подружніх стосунків при проявах ознак психотравматизації чоловіка; пошук внутрішнього ресурсу.

- **Групи підвищеного ризику (дружини військовослужбовців, зниклих безвісти або таких, що перебувають у вимушеній ізоляції (у полоні))**

Для цієї категорії не рекомендується використовувати контент, який містить елементи, що можуть стати тригером і спричинити повторну психотравматизацію. Це стосується в тому, числі подружніх стосунків. Для цієї групи можуть бути використані медіапсихологічні засоби саморегуляційного спрямування.

- **Члени родин загиблих**

Рекомендується використовувати медіапсихологічні засоби лише саморегуляційного спрямування (демонстрація технік саморегуляції) та засоби, спрямовані на пошук сенсів життя і пошук внутрішнього ресурсу.

Важливо! Про доцільність застосування тих чи інших медіапсихологічних засобів з конкретною категорією осіб, приймає рішення фахівець, який проводить групову роботу, на основі інформації про учасників групи та їхніх психоемоційних станів.

Використані джерела до першого розділу

1. *Американський соцпрацівник: «Суїциди ветеранів - небажаний наслідок війни»*. LB.UA (2017). Взято з <http://bit.ly/37ifA3A> (10 червня 2019).
2. Блінов, О. А. (2014). Види та напрямки психологічної допомоги психотравмованим військовослужбовцям. *Вісник Національного університету оборони України*, 4 (41), 168–173.
3. Гусак, Н., Чернобровкіна, В., Чернобровкін, В., Максименко, А., Богданов, С. Бойко, О. (2017). *Психосоціальна підтримка в умовах надзвичайних ситуацій: підхід резилієнс: посібник з проведення тренінгу*. Київ: НаУКМА.
4. Дідик, Н. Ф. (2018b). Соціально-психологічні передумови використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі з дружинами

комбатантів. В *Медіаторчість в сучасних українських реаліях: протистояння медіатравмі*»: матеріали науково-практичного семінару. Київ. Взято з <https://bit.ly/38zr9nW>

5. Дідик, Н. Ф. (2019). Використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі з дружинами військовослужбовців. В *Соціальна психологія сьогодні: здобутки і перспективи: матеріали доповідей учасників II Всеукр. конгресу із соціальної психології* (с. 111–115). Київ. Взято з <https://bit.ly/2GyIOkb>.

6. Дубчак, О. Д. (Ред.). (2017). *Охорона психічного здоров'я в умовах війни*. Пер. з англ. Київ: Наш формат.

7. Іванов, А., Жуматій, Н. (2003). *Реабілітація особистості військовослужбовців, постраждалих в бойових діях*. Взято з <https://bit.ly/2ZxcHI1> (3 березня 2019).

8. Караяни, А. Г. (2003). *Психологическая реабилитация участников боевых действий*. Взято з <https://bit.ly/3amIt0e>

9. Короткий курс лекцій з дисципліни «Психологія соціальної роботи» (2019). Взято з <http://bit.ly/2LTWNUP>

10. Косоногов, В. (2009). *Зеркальные нейроны: краткий научный обзор*. Ростов-на-Дону: Антей.

11. Малкина-Пых, И. Г. (2007). *Телесная терапия*. Взято з <https://bit.ly/31ZkXCo>.

12. Ормонт, Л. Р. (1998). *Групповая психотерапия: от теории к практике*. Ч. 1, 2. Санкт-Петербург: РАН.

13. Рудестам, К. (1998). *Групповая психотерапия*. Пер. с англ. А. Голубев. Санкт-Петербург: Питер Ком.

14. Семигіна, Т. & Палієнко, Т (2016). *Психосоціальна підтримка ветеранів війни та цивільних, які постраждали через збройний конфлікт*. doi:10.13140/RG.2.2.11777.45923.

15. Титаренко, Т. М. (2018а). *Психологічне здоров'я особистості: засоби самопомоги в умовах тривалої травматизації*. Кропивницький: Імекс-ЛТД.

16. Титаренко, Т.М. (2018b). Дорожня карта соціально-психологічної реабілітації особистості, що постраждала від воєнної травматизації. В *Робота з травмами війни. Український досвід: матеріали Першої всеукраїнської науково-практичної конференції* (с. 118-121). Київ.

17. Хоружий, С. М., Пішко І. О., & Лозінська Н. С. (2017). *Психологічна робота з посттравматичними стресовими розладами у військовослужбовців Збройних Сил України. Частина 2: Групові форми психологічної допомоги військовослужбовцям у подоланні наслідків психологічної травматизації*. Київ: НДЦ ГП ЗСУ.

18. Череповська, Н.І. (2016а). Медіапсихологічні ресурси соціально-психологічної реабілітації постраждалих від воєнних дій. В *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи*: зб. статей Четвертої міжнар. наук.-метод. конф. Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси. Взято з http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnuk_konf_2016.pdf.

19. Череповська, Н.І. (2016b). Деструктивні інформаційні впливи медіа та профілактика їх наслідків у військовослужбовців та ветеранів АТО. В *Психологічна допомога особам, які беруть участь в антитерористичній операції* : матеріали міжвідом. наук.-практ. конф. (Київ, 30 березня 2016 р.) у 2 ч. (с.163–166). Київ: Нац. акад. внутр. справ.

20. Череповська, Н.І. (2016 с). Розвиток медіаграмотності комбатантів засобами медіапсихології. В *Від медіаграмотності до медіакультури: стратегії, проблеми, перспективи*: тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (м. Миколаїв, 27 квітня 2016) (с. 110–114). Миколаїв: ОІППО, 2016.

21. Череповська, Н.І. (2016d). Профілактика інформаційно-деструктивних впливів медіа у груповій роботі з комбатантами. В *Соціально-*

психологічні особливості професійної діяльності працівників соціальної сфери: виклики сьогодення. Матеріали VII всеукр.наук.-практ.конф.з міжнар. участю (с. 29-32). Київ–Мелітополь: Університет «Україна».

22. Череповська, Н.І. (2017b). Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни у ветеранів. В *Посттравматичний стресовий розлад: дорослі, діти та родини в ситуації війни*: міжнар. наук.-практ. видання. Т. 1 (с. 313–325). Варшава – Київ: ПАН-Гнозіс, 2017.

23. Череповська, Н.І. (2017c). Програма психосоціальної підтримки ветеранів війни за допомогою медіапсихологічних ресурсів. *Проблеми політичної психології*, 6 (20), 119–132.

24. *A Family Guide to The Military Experience*. (2016). Взято з <http://bit.ly/2r2nXhL>

25. Naydonova, Lyubov (2017). War media trauma taxonomy for economic and political self-constitution. *Political and Economic Self-Constitution: Citizenship Identity and Education Proceedings of the V international scientific and practical seminar* (pp. 42–45). Corinth.

26. Rizzolatti Giacomo, Fogassi Leonardo, Gallese Vittorio (2006). Mirrors in the Mind. *Scientific American Band*, 5, 30–37.

2. Технології психологічної підтримки комбатантів та їхніх родин як набуття конструктивного досвіду

У цьому розділі розглянуто медіапсихологічні технології емоційної, ментальної підтримки комбатантів та членів їхніх родин. На профілактику деструктивних інформаційних впливів на особистість спрямована технологія «Медіаграмотність». Підвищенню психологічної культури щодо виявлення візуальних ознак психологічних відхилень, порушень у комбатантів слугує технологія «Візуалізована психоедукація». Оптимізація психологічного комфорту комбатантів та членів їхніх родин передбачена технологією «Саморегуляція внутрішніх емоційних станів». Також запропоновано додатковий ресурс превенції і подолання травми – «Медіаторчість».

2.1. Медіаграмотність як профілактика деструктивних інформаційних впливів медіа: методика «Я – ветеран»

Як зазначалося вище, медіа – традиційні (телебачення) і новітні (інтернет-технології) – за своїм психологічним впливом на споживача можуть стати ризиком, здатним вселяти зневіру, руйнувати систему смислів і цінностей людини, призводити до втрати національної, світоглядної, історичної ідентичності в цілому, провокувати ретравматизацію або нову травму у комбатантів та потерпілих унаслідок гібридної війни зокрема.

Тому важливої ролі набуває профілактика небажаних впливів медіа, суттю якої є убезпечення можливих тригерів або медіатравм. Профілактика деструктивних інформаційних впливів медіа здійснюється за допомогою розвитку особистої медіаграмотності і, у свою чергу, стає тією передумовою, ефективним засобом послаблення різноманітних шкідливих впливів медіа на комбатантів. Медіаграмотність, як важлива складова медіаінформаційної культури особистості в цілому, зокрема, полягає в набутті низки важливих інструментальних якостей: когнітивних умінь, навичок, правил щодо

оптимального медіасприймання і конструктивної взаємодії з медіа, що саме й забезпечує превенцію шкідливих інформаційно-психологічних впливів.

Пропонуємо розвивати медіаграмотність комбатантів за допомогою технології «Медіаграмотність», метою якої є профілактика деструктивних інформаційних впливів медіа на особистість. В основі технології лежить авторська методика «Я – ветеран».

Методика «Я – ветеран».

Методику як один із засобів емоційної, ментальної підтримки комбатантів апробовано у військовому шпиталі (ГВКГ) в м. Києві у рамках волонтерської роботи, яка тривала з вересня 2015 по березень 2017 років. У співдружності із психологом відділення шпиталю для роботи в групі залучались пацієнти без гострих розладів, із збереженими психічними функціями.

Метою зазначеної методики є формування персональної медіаграмотності комбатантів. Мета реалізується через такі основні завдання як: 1) настановлення на свідоме, раціональне ставлення до споживання інформації загалом; 2) розвиток рефлексії власних емоцій, почуттів щодо сприйнятого; 3) розвиток аналітичного, критичного мислення; 4) розвиток здатності до творчої/індивідуальної інтерпретації сприйнятої інформації; 5) розвиток практичних умінь розрізняти й чинити опір ворожій пропаганді; 6) стимулювання мотивації щодо застосування набутого досвіду (знання, когнітивні вміння) у приватних медіапрактиках у майбутньому.

Суть *психологічного механізму* методики така: на штучних стимулах (медіаконтент) та скерованої реакції на них (вправи, техніки, правила) комбатанти в ході заняття набувають знання і навички медіаграмотності й відповідно, потенційну здатність чинити психологічний спротив деструктивній інформації. Таким чином, сформована медіаграмотність комбатанта 1) зменшує вплив деструктивної інформації медіа, 2) забезпечує психологічний комфорт.

Структура методики має *чотири основні модулі*, різні за медіаформатом, тематикою і змістом. Разом з тим, їх об'єднує й водночас пронизує *мікромодуль* когнітивно-інструментального характеру: тренування/вправлення у 1) *рефлексії* емоцій, почуттів; 2) застосування прийомів *аналізу* логічного, критичного мислення; 3) *творчої інтерпретації* сприйнятого. Відеоматеріал до кожного модуля становить короткі медіаформати: фотографії, графіку (картинки), слайд-шоу, відео ролики, рекламні ролики – усе різного жанру, а також фрагменти новин з різних телеканалів. Основні модулі охоплюють такі тематичні напрями, як: «Медіамистецтво в інтернеті», «Реклама на телебаченні», «Телевізійні новини», «Пропаганда в інтернеті». (Додаток 1).

Загальна структура занять усіх модулів методики «Я – ветеран» становить три основні етапи:

вступний (психологічне налаштування на роботу в групі: на першому занятті – знайомство, зняття напруги, дискомфорту; підготовча частина: зазначення плану дій під час проведення заняття, інформаційна частина / міні-лекція);

основний (процесуальний: перегляд, рефлексія, аналіз, інтерпретація, обговорення сприйнятого);

результативний завершальний (підведення підсумків: надбання смислових і практичних цінностей як фіксація нового, отриманого в ході перегляду, аналізу, переосмислення сприйнятого і його обговорення).

Представлені етапи охоплюють такі **основні дії**:

1 – «розказуємо» (інформаційна частина – вступне слово або міні-лекція (до 5 хв.), інформування про послідовність дій: «що і як будемо робити?»);

2 – «показуємо» (спільний перегляд);

3 – «рефлектуємо» (працюємо з емоціями, почуттями, які виникли під час/після перегляду);

4 – «аналізуємо» (вчимося: ставити запитання стосовно сприйнятого, відповідати на них, робити аргументовані висновки, самостійно оцінювати сприйнятий контент);

5 – «творчо інтерпретуємо» (вчимося креативно переосмислювати сприйняте: бачити більше, ніж представлено (психологічні ресурси / небезпеку), давати оригінальну назву, вбачати для себе нові смисли як набуття смислового досвіду, практичної користі);

6 – «обговорюємо» переглянете і спілкуємося (узагальнюємо аналіз, інтерпретацію кожного сприйнятого медіапродукту);

7 – «завершуємо» заняття (підводимо підсумки щодо переглянутого в цілому і способів його емоційно-когнітивного опрацювання, головне – визначаємо смислову, практичну «користь», отриману від проведеного заняття).

Позиції 2, 3, 4, 5, 6 – повторюємо якомога більше разів (завдяки перегляду значної кількості зразків медіаконтенту більше вправляємо і закріплюємо когнітивні навички «рефлексії», «аналізу», «творчого медіасприймання»).

Заняття розраховане на 45-90 хвилин, залежно від обсягу обраного медіаконтенту (так, розгляд окремих світлин, слайд-шоу потребує менше часу, ніж, наприклад, зображень, відео, пов'язаних з рекламою, пропагандою), а також від готовності групи працювати та наявності часу.

Загальні вимоги до проведення групових занять з розвитку медіаграмотності комбатантів такі:

налагодження контакту з групою, зниження психологічної тривожності, напруженості;

формування приязного ставлення і поваги до думки кожного учасника;

концентрування уваги, мислення під час сприймання, опрацювання та обговорення щодо переглянутого у процесі взаємодії в групі;

починати заняття кожного модуля бажано з перегляду і опрацювання картинок/графіки, фотографій, які за своєю статичною організацією

дозволяють детальніше, на відміну від рухомого зображення, роздивитися зображуване і відповідно зробити первинний аналіз за допомогою техніки «Скорочений алгоритм аналізу медіаконтенту» – далі в тексті «скорочений аналіз» (Н.Череповська, 2014);

коли учасники ознайомлені з технікою «скороченого аналізу» статичних зображень, можна переходити до перегляду слайд-шоу, відео роликів, рекламних роликів, анімації, нарізок теленовін та уводити техніку «Рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого медіаконтенту» – далі в тексті «рефлексія емоцій/почуттів» (Череповська, 2017а);

не менш важливою технікою у набутті навичок здатності бачити суть, приховані смисли сприйнятого, його креативне переосмислення є «Творча інтерпретація сприйнятого медіаконтенту» – далі «творча інтерпретація» (Череповська, 2017а).

під час практичних занять з рухомим зображенням методика вимагає постійного вправлення основних технік у такій послідовності як: «рефлексія» → «скорочений аналіз» → «творча інтерпретація»;

надання вибору учасникам групи обирати/пропонувати медіаконтент на наступне заняття;

спостереження і виявлення осіб в групі, які потребують індивідуальної консультативної допомоги та інше.

Очікуваними результатами застосування методики «Я – ветеран» є: набуття *базових навичок і практичних умінь медіаграмотності*, які стають засобом збереження психологічної рівноваги і відповідно забезпечують емоційну, ментальну підтримку комбатантів.

Групова робота з комбатантами організована за вище зазначеним порядком опрацювання модулів «від простого до складного»: спочатку опрацьовуємо «медіамистецтво», «рекламу», як цікаву і психологічно менш навантажену деструктивними впливами інформацію; а вже потому опрацьовуємо більш складні «теленовіни» і «пропаганду».

Проте, кожен з модулів за умов його оновлення дидактичним медіаконтентом, можна повторювати.

Перший варіант: з метою закріплення конкретних навичок медіаграмотності («рефлексії», «аналізу», «інтерпретації»). Другий варіант: за умов тривалого перебування комбатантів на лікуванні у шпиталі чи реабілітації в санаторії або інше, за бажанням учасників групи можна повторювати роботу в різних модулях за їхнім вибором.

З метою успішного набуття навичок медіаграмотності комбатантами, їх вправлення в інструментально-когнітивних діях має здійснюватися кожен раз на оновленому медіаконтенті зазначених модулів.

Як правильно сприймати візуальну інформацію в інтернеті?

З метою залучення учасників групи до набуття знань і умінь медіаграмотності, пропонуємо розпочинати цикл занять з «цікавинок», які часто-густо трапляються у просторі інтернету і представляють суто аматорський продукт, а іноді презентують зразки сучасного медіамистецтва. Саме на таких зразках можна показати, як треба оптимально сприймати візуальний медіаконтент, налаштувати учасників на вдумливе сприймання, філософські узагальнення сприйнятої інформації.

МОДУЛЬ 1 «Медіамистецтво в інтернеті»

Метою модуля є: ознайомити з новими формами сучасного мистецтва, ознайомити з техніками скороченого аналізу і рефлексії емоцій / почуттів, які виникли відразу після перегляду динамічних медіаформатів.

Завдання: орієнтувати на особисту медіаграмотність; ознайомити з феноменом медіамистецтва, аматорського медіа-арту в інтернеті; ознайомити з елементами первинного – скороченого аналізу авторського медіаконтенту; пояснити важливість роботи з емоціями, що виникають від переглядів різного медіаконтенту і відпрацювати техніку рефлексії емоцій/почуттів, як важливу передумову медіаграмотності; ознайомити з технікою творчої інтерпретації сприйнятого.

Матеріал: окремі світлини / картинки, а також тематичні невеличкі фото-серії, тематичні слайд-шоу; відео; анімації.

Основний зміст: медіамистецтво – це синтез традиційного мистецтва, новітніх технологій і науки; його провідною функцією є комунікація: *взаємодія між «твором» і «реціпієнтом»*. Найкращим прикладом є зразки діджитал-арт(а) – цифрового комп'ютерного мистецтва, а також нет-арт(а) – проекти якого створюється й розвивається виключно у мережі інтернет. Над цікавими є зразки проектів сайєнс-арт(а) – наукового мистецтва або мистецтва науки, які за своєю суттю хоча і є побічним продуктом наукових досліджень, проте виглядають на рівні мистецтва (макрозйомка структури різних мінералів, матеріалів, макрозйомка космічного простору, нанотехнології в середині мозку та ін.). Найбільш «давнім» і знайомим є мистецтво відео-арт(а), яке зародилося наприкінці ХХ ст. разом з винаходом відео камери. Демонстрація по декілька медіартпроектів від кожного виду медіамистецтва.

Запропоновані техніки: «Класифікація медіапродукту», «Алгоритм скороченого аналізу медіаконтенту», «Рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого медіаконтенту», «Творча інтерпретація сприйнятого медіаконтенту». Провідною технікою, яку треба якомога ретельно відпрацювати є «рефлексія» у скороченому варіанті.

Техніка «Класифікація медіапродукту»

Передбачає загальну характеристику медіатексту, який наразі піддається аналізу, визначення його ознак за такими характеристиками, як: вид, формат, тема/жанр, смисловий акцент/провідна ідея, тобто, піддає його класифікації. Отже, медіапродукти/медіаконтенти розрізняються за:

– *видами* технологій, за допомогою яких їх створено (фотографія, кіно, телебачення, відео, анімація, інтернет);

– *форматами* (фотографія: друкована, віртуальна; кінофільм: документальний, художній ігровий; телефільм: документальний, художній,

серіал; телепрограма: аналітична, пізнавальна, розважальна, програма новин; ролик рекламний; відео: сюжет, заставка, музичний, інформаційний кліп; інтернет-продукція – графіка, тематичний колаж світлин, картинок, слайд-шоу, мотиватор, демотиватор, gif-ка тощо);

– *жанрами*, тобто тематикою кожного формату (фотографія: портретна, пейзажна, комерційна, репортажна та ін.; фільм документальний: історичний, науково-популярний, біографічний та ін.; художній фільм: комедія, фантастика, мелодрама, історичний, військовий та ін.; телесеріал: мелодрама, гостросюжетний, пригодницький та ін.; телереклама: комерційна, соціальна, політична та ін.);

– *смісловим акцентом /або провідною ідеєю* («чому/кому присвячено продукт, що артикулюється?», «яка основна ідея закладена у зміст?»). Тобто важливо знати, «що?» буде піддаватися аналізу.

Таким чином, виявлені характеристики медіапродукту вже попередньо структурують і полегшують подальшу аналітичну роботу. (Додаток 2.).

Техніка «Рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого медіаконтенту» (скорочений варіант)

Мета: розвиток саморегуляції емоційно-почуттєвої сфери після перегляду медіаконтенту.

Здійснюється відразу після перегляду. Учасникам пропонується спочатку зручно сісти, зробити декілька глибоких вдихів, розслабитися тілом, заплющити очі (або опустити голову донизу) і приблизно протягом однієї хвилини подумати: «що саме мене «зачіпило» (спотворило або поліпшило настрій, стурбувало, збентежило, дуже сподобалося, роздратувало, викликало тривогу, інформація виявилася емоційно «ніякою»)? Кожен учасник має сам собі відповісти на це запитання і визначити свою провідну емоцію, максимально означити, уточнити її словом. Цей прийом «впіймай емоцію» шляхом її вербалізації, (а відповідно й раціоналізації емоційного, почуттєвого), значно полегшує подальший аналіз сприйнятого.

Протягом 1-2 хвилин учасники за бажанням можуть висловитися щодо отриманих емоцій конкретного фрагмента або медіаконтенту в цілому. (Додаток 4).

Техніка «Скорочений алгоритм аналізу медіаконтенту»

Метою техніки є надання знань елементів первинного аналізу візуального медіаконтенту за допомогою системи запитань – алгоритму:

1. Визначення ознак переглянутого медіаконтенту (класифікація): *який медіаформат тільки-но переглянули? (тематична фото серія, слайд-шоу, відео, реклама тощо); в якому жанрі представлено цей медіаформат?*

2. Розуміння змісту: *про що йдеться у сприйнятому медіаконтенті?*

3. Інтерпретація головної думки медіаконтенту: *що хотів сказати/показати автор? смисловий акцент?*

4. Виявлення засобів впливу на глядача: *якими візуальними, аудіальними засобами він скористався, щоб донести свою ідею?, чи вдалося йому це?, якщо ні, то які недоліки ти вбачаєш?*

5. Аргументоване оцінювання: *чи сподобався (або не сподобався) медіаконтент?; поясни, чим сподобався (або не сподобався) переглянутий медіаконтент?* (Додаток 3.1.).

Техніка «Творча інтерпретація сприйнятого медіаконтенту»

Метою є розвиток творчого медіасприймання: здатності бачити приховані смисли, бачити суть презентованого; активізація таких креативних мисленнєвих дій, як аналогізування, комбінування, реконструювання (Н. Череповська, 2010; 2014).

Техніка творчої інтерпретації сприйнятого медіапродукту, як переосмислення його змісту, суті, реалізується за допомогою системи запитань.

Здатність бачити приховані смисли як погляд з іншого кута зору: Яку більш глибоку/приховану думку закладено/можна побачити у сприйнятому медіаконтенті?

Творчі дії аналогізування: На що схожий, який інший контент нагадує тільки-но переглянутий медіапродукт?

Творчі дії комбінування: Якби ти створював цей медіапродукт, щоб ти змінив – додав чи відняв? Чому саме?

Творчі мисленнєві дії реконструювання за принципом інверсії (перевертання, переставляння):

1) Яку іншу назву можна було б надати переглянутому контенту? Чому саме таку?

2) Як можна а) за допомогою гумору змінити (якщо доречно), або б) за допомогою позитиву посилити – смислове навантаження переглянутого контенту?

Практичні рекомендації щодо проведення Модуля 1

Перший етап: психологічна підготовка; повідомлення, що саме і в якій послідовності будемо робити; інформаційна частина про авторське медіамистецтво, аматорський медіа-арт в інтернеті;

Другий етап: перегляд, який варто розпочати з тематичної серії фотографій, після чого модератор групи пропонує на вибір розглянути будь-яку світліну з переглянутої серії і сам класифікує медіапродукт, робить її короткий аналіз; потому учасники групи обирають іншу світліну, яку під керівництвом модератора, вже самі піддають короткому аналізу (і так декілька разів для закріплення алгоритму первинного аналізу, який модератор скеровує).

Коли короткий аналіз статичного зображення комбатантами засвоєно, можна переходити спочатку до перегляду тематичних слайд-шоу, а вже потому – до коротких відео, анімацій. Опрацювання рухомих зображень передбачає: після перегляду кожного, окремо сприйнятого медіапродукту, застосування техніки рефлексії емоцій-почуттів; тільки після рефлексії здійснюється короткий аналіз сприйнятого.

Творча інтерпретація змісту візуального медіаконтенту, (як то вигадування оригінальної назви якщо її немає, виявлення прихованих смислів, прийомів, які впливають на сприймання), реалізується у процесі короткого обговорення щодо кожного переглянутого рухомого медіаконтенту.

Третій етап: підведення підсумків (що найбільше вразило, що було цікавого, нового, яку смислову або практичну користь учасники групи взяли для себе).

Пропоновані приклади медіаконтенту до Модуля 1:

Тематичні фотосерії на вибір: «Майдан-Антимайдан», «Єдність-Протистояння», «Весілля: на Майдані, військові та в Л/ДНР»

Тематичні слайд-шоу «Емоційний стан»: «Коли чоловіки плачуть...» (серія світлин відомих чоловіків західного культурного бомонду, яка створена відомою британською фотографесою Сем Тейлор-Вуд, 2001) і «Бійцям Правого сектора і 93-ій ОМБР. Живим і

загиблим. Присвячується» (світлина наших воєнів від фотографа Ігоря Іваровського). Рекомендуємо дивитися зазначені слайд-шоу у парі, саме у зазначеному порядку. Орієнтовні запитання для «розігріву»: «чи сподобалися слайд-шоу?», «яке з них сподобалося більше?», «поясніть, чому саме це слайд-шоу сподобалося більше?», «що запам'яталося найбільше?», «як ви вважаєте, чи варто чоловікам плакати у деяких ситуаціях?», «як ви вважаєте, краще плакати у певній ситуації чи стриматись?», «як ви розумієте вислів «сльози очищують»?», «що є відмінного і спільного у цих двох медіаконтентах?» або інші.

Відео за темою «Природа» також має сенс зробити за принципом «спільне-різне», наприклад, показати «Мертвий натюрморт» (Сем Вуд Тейлор, 2001) і «Рік за 2 хвилини» (Ерік Солхейм, 2010). Орієнтовні запитання: «що хотіла сказати авторка своїм вмираючим натюрмортом?», «що хотів сказати автор своїми порами року?», «яка роль озвучки або її відсутності у відео?» або інші на розсуд модератора.

Авторські анімації Ірен Роздобудько у стилі медіа-арту: «Едіт Піаф», «Різдво» (2012). Орієнтовні запитання: Чи багато виникло асоціацій? Які вони: приємні, тривожні, що підказують твоїй душі? Як можна поєднати в оригінальний спосіб асоціації, що виникли під час перегляду? Чи з'явилися у тебе нові думки, відчуття після перегляду? Відзнач роль музичного супроводу. Розвину думку: «Сучасна анімація здатна створювати унікальний простір, якого раніше не існувало».

Як уберегтися від психологічного впливу телереклами?

Реклама відіграє дуже важливу роль в телебаченні: за розміщення рекламних повідомлень рекламодавець платить кошти, які становлять неабиякий прибуток для телеканалу. Саме тому, на будь-якому каналі реклами вистачає: вона часто-густо перенасичує телевізійний простір, дратує, перериваючи перегляд, нав'язує непотрібне тощо. Іноді, щоб зберегти психологічний комфорт, достатньо просто «знати» – знати про суть реклами якомога більше й тоді вона втрачає або зменшує силу свого впливу на настрій, стан особистості.

МОДУЛЬ 2 «Реклама на телебаченні»: для чого і як це працює?

Метою модуля є: орієнтувати на розвиток знань і умінь, які дозволяють не підпадати під вплив телереклами й адекватно реагувати на неї.

Завдання: пояснити суть реклами та особливості функціонування ЗМІ; ознайомити з видами реклами, їх провідними функціями; ознайомити з основними технологіями впливу, задіяними в рекламі. Розвивати і закріплювати рефлексію емоційних, почуттєвих реакцій, здатність до аналітичного мислення, здатність бачити задіяні технології впливу.

Матеріал: зразки рекламних роликів комерційної і соціальної реклами

Основний зміст: технічні, економічні умови функціонування ЗМІ: реклама за розміщення своїх оголошень платить чималі гроші, які дозволяють утримувати вартісні технологічні ресурси й телебачення зокрема; різні види реклами передбачають різні функції: комерційна реклама пропонує придбати (речі, послуги, нерухомість), політична – зробити вибір (на користь того чи іншого кандидата, партії), соціальна – закликає, заохочує (до альтруїзму, співчуття, благочинності, збереження екології, моральних вчинків), інформаційна – повідомляє, анонсує.

Запропоновані техніки: «Розпізнавання видів реклами», «Розпізнавання провідних технологій впливу в рекламі», а також: «Алгоритм скороченого аналізу медіаконтенту», «Рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого медіаконтенту», «Творча інтерпретація сприйнятого медіаконтенту». Провідними техніками, які треба якомога ретельно відпрацювати є «скорочений аналіз», «технології впливу» і «творча інтерпретація».

Техніка «Розпізнавання видів реклами»

Будь-яка реклама завжди щось пропонує. Рекламу можна розрізнити за її провідними функціями:

комерційна реклама пропонує *придбати* різноманітний товар, будь-які послуги, варіанти проведення відпочинку, житло та інше;

політична – *зробити вибір* на користь тієї чи іншої партії, того чи іншого лідера, взяти участь в тій чи іншій політичній акції;

соціальна – *привертає увагу* до вирішення соціальних, гуманітарних, екологічних проблем; заохочує до співчуття, матеріальної допомоги, волонтерських дій з боку аудиторії;

інформаційна (анонс) – *повідомляє* про розважальні, спортивні, ярмаркові, культурні, наукові, громадські та інші заходи та події.

Техніка «Розпізнавання технологій впливу в рекламі»

Стратегічними технологіями реклами є: *привертання уваги та утримування уваги* потенційної аудиторії за допомогою спеціальних технологій.

Спеціальними **тактичними** технологіями реклами є «ефекти», які спрямовані на здійснення психологічного впливу на аудиторію в цілому й з метою отримання результатів – очікуваних для рекламодавців, зокрема.

Ефект архетипних візуальних образів. Передбачає здійснення впливу на підсвідомість людини. Так, приваблива молода «жінка» – привертає увагу, збуджує; симпатична «дитина» – зворушує, викликає замилювання; «чоловік маскулінного типу» – викликає захват, збуджує; чоловік або жінка поважного віку – «мудрець», «матір» – викликають повагу, довіру, співчуття; образи тварин і тваринок – захоплюють, викликають тактильні бажання, а також бажання піклуватися про них; красива природа, загалом красива цікава картинка – захоплює (Череповська 2010; 2014).

Психологічний механізм цього ефекту як впливу: вважається, що на тлі актуалізованих «архетипних» почуттів, людина може легше сприйняти і засвоїти іншу – суто рекламну інформацію. Натомість, якщо людина бачить ці впливи, тобто, розуміє їх сутність, спрямування, то має менше шансів підпасти під їхню дію.

Ефект «порнографічності». Один із важливих аспектів масової культури та медіакультури зокрема, проявляється у привертанні уваги через застосування «над крупних» планів окремих частин зображення об'єкта(ів), а також (і особливо) у доступності самих візуальних образів. Прийомами «порнографічного» зображення вважаються: фрагментація тіла; акцентування, заміна, зведення всього тіла лише до його частин – губів, грудей тощо; гіперболізація (збільшення, перебільшення); акцентована вульгаризація; репрезентація жінки/дитини як об'єкта тощо. «Порнографічний» прийом широко використовується в рекламі.

Психологічний механізм цього ефекту як привертання і утримання уваги, такий самий як і попередній, проте посилений збільшенням, фрагментацією візуального образу.

Ефект жанрів. Ґрунтується на цікавості людини до історій, оповідань, які легко сприймаються і головне – запам'ятовуються, тобто, відкладаються в пам'яті і можуть «працювати» тривалий час у «прихованому» режимі. Короткий сюжет може розгортатися за різними сценаріями. Отже:

«Прямий продаж» – домінування текстового повідомлення щодо товару над його візуальною презентацією (ведучий ток-шоу, музичної, спортивної та ін. телепрограми робить рекламну паузу, рекламуючи товар).

«Звернення від фірми» передбачає презентацію товару як звернення людини, якимось чином пов'язаної з фірмою-виробником.

«Рекомендації знаменитостей або фахівців» – цей жанр вважається дуже влучним: згадаймо кінозірок, відомих моделей у якості «експертів», «зразків» для наслідування тощо.

«Інтерв'ю з покупцем» залучає до реклами не відомих людей, а навпаки, за принципом контрасту, «звичайних» людей, які умовно ототожнюються з потенційними споживачами.

«Демонстрація» – телебачення надає унікальну можливість показати, як діє той чи інший товар, як він функціонує. Є кілька видів демонстрації, які реалізуються окремо або у поєднанні:

а) **«різноманіття застосування»** – глядачів знайомлять із невідомими, а іноді й несподіваними аспектами товару;

б) **«продукт у дії»** – показують, як товар функціонує: машинка шиє, пиросос прибирає, пральна машина пере тощо;

в) **«до» і «після»** – демонстрація результату застосування товару: виведення плям, відбілювання речей, видалення жиру, вапна та ін.;

г) **«екстрим»** – товар випробується в екстремальних умовах: годинник кидають у воду, камінцем б'ють скло автомобіля;

г) *«тест-змагання»* – яке мило миє краще, від якого порошку одяг біліший тощо.

«Пряме порівняння товарів» – говорять не про те, що вироби конкурентів гірші, а про те, що «наша» продукція краща.

«Драматизація» або *«фрагмент із життя»* – найпопулярніший вид телереклами: за 30 чи 60 секунд відбувається «життєва драма», сюжет якої здійснюється за схемою: задані обставини як виникнення проблеми, її розв’язання за допомогою рекламної продукції, щастя.

«Музична реклама» – реклама у віршах, під музику.

«Анімація» – цей жанр передбачає гіперболи, гумор, викликає невимушеність, користується популярністю.

Також не забуваймо про такі **ефекти** як: яскраві, насичені *кольори*; якісна, технічно *бездоганна «картинка»*; *музичний, акустичний* супровід; застосування *слоганів*. Усе це в купі з цікавим сюжетом часто робить рекламний ролик привабливим, а іноді створює з нього маленький шедевр.

На практиці творці реклами вдаються до застосування *змішаних жанрів*, що розмиває їх типологію, однак за 30, 60 секунд ефірного часу це дозволяє донести до глядача суть повідомлення (Череповська, 2010; 2014).

Рекомендації щодо проведення Модуля 2

На першому *підготовчому* етапі: вітаємося, повідомляємо тему заняття й послідовність роботи; інформаційна частина представлена міні-лекцією: реклама як оголошення і пропозиція, її суть – пропонувати. Види реклами. Техніка «Розпізнавання видів реклами».

Феномен реклами у сфері медіа полягає в тому, що все задіяне у засобах масової комунікації, потребує грошей, а реклама дає гроші. Рекламодавці, зацікавлені у «просуванні» в маси своїх різноманітних і різноформатних «ідей», платять не лише тим, хто створює рекламу (медіатехнологам, медіаспеціалістам), а й платять величезні суми за час у ефірі, за *розміщення*, за *розповсюдження*.

Якщо реклама приносить гроші, наприклад, телебаченню, тоді зрозуміло, чому її показують де треба й де не треба. Питання: яка користь рекламодавцям викидати величезну купу грошей на рекламу, яку не всі й не завжди дивляться? Користь рекламодавців тісно пов’язана з *очікуваним кінцевим результатом реклами*: заохотити, вплинути на аудиторію, щоб купили, придбали, скористалися, тобто — повернули гроші з надлишком. Реклама досягає своєї мети за допомогою застосування ефектів впливу. Техніка «Розпізнавання технологій впливу в рекламі».

Додаткова інформація щодо комерційної реклами.

Комерційна реклама інформує, нагадує про товар, послуги, які продаються. За формою переконання споживачів комерційна реклама реалізується шляхом здійснення енергійного, навіть психологічно агресивного, «жорсткого тиску» (*hard sell*) або «легкого тиску» (*soft sell*). Комерційна реклама за 30, 60 секунд ефірного часу дозволяє донести до глядача суть не тільки суть комерційного повідомлення (інформацію), але й привернути і затримати їх увагу шляхом відстороненої ідеї (розвага). Як свідчить досвід, жодний прийом сам по собі не гарантує результативності, однак медіаефективність починається на розумному балансі інформації та розважальності. У комерційній рекламі (і особливо в ній!) можуть бути задіяні більш складні технічні й спеціальні медіатехнології, спрямовані на кінцеву «медіарезультативність»: вплив на свідомість, поведінку потенційних покупців товарів, споживачів послуг. Крім того, комерційна реклама має різний формат репрезентації: від тридцяти секундного відеоролика до спеціальних телепрограм, таких, наприклад, як телешопінг у його різновидах.

Додаткова інформація щодо соціальної реклами.

Соціальна реклама існувала у пресі та на радіо ще задовго до поширення телебачення серед населення. Поняття соціальної реклами увійшло у практику під час Другої світової війни у США, коли було створено Військову раду з воєнної реклами. У ті часи різноманітні заходи на підтримку воєнних зусиль США проводили добровольці з рекламних агенцій, для яких час або місце надавалося безкоштовно. Після війни ця організація перетворилася на Раду з реклами, а її діяльність переорієнтувалася на суспільні проблеми та мирні цілі. З того часу соціальна реклама спрямована на служіння інтересам суспільства.

Існує три основних джерела фінансування соціальних заходів/проектів і соціальної реклами зокрема: *державні органи; суспільні організації* (наприклад, Червоний хрест або Товариство боротьби з раком); *спонсори*.

Необхідно зауважити, що бізнес-корпорації відгукуються на пропозицію стати спонсорами, і на це є певні причини. По-перше, гуманні міркування. Однак важливішим є, і це, по-друге, виправдати ту шкоду, яку приносить суспільству їхня діяльність: наприклад, тютюнові компанії виділяють величезні кошти на фінансування антитютюнових кампаній. По-третє, Рада присвоює спонсорам почесні звання відповідно до їх грошового внеску до соціальних програм і заходів, тому для спонсорів це стає своєрідною славою (піаром). Так, завдяки соціально значущим ініціативам спонсори можуть отримати нові статуси та пропозиції, а телекомпанії, які репрезентують соціальні заходи та рекламу — підвищують свої рейтинги.

Соціальна реклама висвітлює певне коло тем, вона спрямована на: «захист природи», «допомогу дітям», «допомогу дорослим» (від безпритульних до потерпілих під час природних катаклізмів, катастроф або воєн), «проти дискримінації» (расової, гендерної тощо), «проти тютюнопаління та алкоголю», «проти наркотиків» тощо.

В Україні *соціальна реклама* визначається як будь-яка «інформація, подана у будь-якій формі, спрямована на досягнення суспільно-корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку».

Особливостями візуального аспекту соціальної реклами є, передусім, яскрава образність.

Другий *процесуальний* етап: становить практичну роботу, для якої обираємо два види реклами – комерційну, як найбільш поширену і соціальну, яка стимулює високі соціальні почуття людини. Мета етапу: багаторазове вправлення учасників групи в рефлексії, аналізуванні, креативному сприйманні переглянутих рекламних роликів.

Хід проведення: перегляд рекламного ролика; коротка рефлексія (у форматі питання: «що найбільше вразило / «зайшло»?») і як точно назвати цю емоцію?); аналіз рекламного контенту з акцентом на визначення ефектів впливу; насамкінець застосовуємо техніку «творче сприймання» («які приховані смисли можна виявити в цій

рекламі?»), «якби ти створював цю рекламу, щоб ти змінив – додав чи відняв і чому саме?»).

Пропонуємо проаналізувати такі комерційні рекламні ролики як: «Козацька рада» («Згадай, ким ти був...» «Козак є в кожному!», «Будь козаком!», «Український характер» порівняти рекламу горілки finlandia 2016).

Пропонуємо проаналізувати такі ролики соціальної реклами як: «Ми пам'ятаємо. Ми сильні», «Де би ти не був», «Мобілізація», «Балада про піхоту», «Люби», соціальна реклама про захист дітей в Інтернеті та інші.

Третій етап *результативний*: підводимо підсумки «чого навчилися?», «що виявилось новим, корисним?»; висловити й коротко обговорити таке: «чи можуть знання про ефекти знизити вплив на людину?»).

Як дивитися телевізійні новини?

Програми телевізійних новин мабуть є найбільш популярними серед телеглядачів в усьому світі й Україна не є виключенням. Така зацікавленість масової аудиторії в інформаційних новинах пояснюється потребою людини мати уявлення про світ. Тобто, людина хоче знати про події, що відбуваються в світі, у своїй країні. Принаймні, вона прагне знати це завдяки новинним медіа, які інтерпретують і презентують власне бачення «картини світу».

МОДУЛЬ 3 «Телевізійні новини»: провідні технології новинних медіа

Метою модуля є: запобігти деструктивним інформаційним впливам медіа, які здатні порушувати психологічний комфорт людини.

Завдання: ознайомити з поширеними видами деструктивних інформаційних впливів медіа; ознайомити з провідними технологіями психологічного впливу, які застосовуються у новинних медіа; надати інформацію щодо суб'єктів власності телевізійними ресурсами; активізувати увагу медіасприймання, причиново-наслідкове, критичне самостійне мислення – як основу медіаграмотності; ознайомити з деякими правилами сприймання теленовин.

Матеріал: нарізки з телевізійних новин; нарізки з теленовин одного й того самого сюжету, висвітленого на різних телеканалах.

Основний зміст: є різні види деструктивних інформаційних впливів медіа, які умовно розподіляються на об'єктивні, суб'єктивні та спеціально

створені за допомогою технологій; у теленовинах, інтернет новинах з різною метою застосовуються різні технології інформаційного психологічного впливу на аудиторію; для сучасного, свідомого глядача є актуальним: обов'язкове переключення уваги відповідно до сприймання різного формату медіаконтенту, його критичне осмислення, а також ознайомлення з основними правилами сприймання теленовин і врахування інформації щодо власників українських телевізійних ресурсів.

Запропоновано: класифікацію «деструктивні інформаційні впливи медіа»; техніки: «провідні технологій психологічного впливу медіа», «переключення уваги медіасприймання»; «розширений алгоритм аналізу сприйнятого медіаконтенту»; загальні правила: «сприймання теленовин»; довідникова інформація: «власники телевізійних ресурсів в Україні».

Класифікація: «Деструктивні інформаційні впливи медіа»

Деструктивні інформаційні впливи медіа умовно розподіляються на:

1) *об'єктивно небезпечні* впливи медіа, якими є візуальна, аудіовізуальна інформація в медіа, що апріорі має такі психологічно небезпечні для сприйняття зміст і форму медіаконтенту, як: надзорські і жорсткі зображення, виражену агресію, антигуманну поведінку, різного виду катастрофи, соціальні проблеми, політичні питання;

2) *суб'єктивно значущі* впливи медіа становлять індивідуальне сприймання будь-якої інформації, яка сприймається та інтерпретується індивідом на підставі особистісних характеристик, соціального статусу, рольової поведінки, віку, вихованості, особистої позиції, власного досвіду і бойової травми зокрема (наприклад, презентована у ЗМІ нейтральна подія/об'єкт може, наприклад, викликати у ветерана *медіастрес* і навпаки, більш «жорстка», «агресивна» – може залишити його байдужим);

3) впливи медіа, організовані або створені за допомогою *спеціальних психологічних технологій* впливу (див. розділ 1.2.1), які найяскравіше

представлені у жанрі інформаційних новин як на телебаченні, так і в інтернеті.

Техніка: «Технології інформаційного психологічного впливу медіа»

Технології інформаційного психологічного впливу на аудиторію розробляються і застосовуються з різною метою, яка багато в чому збігається з цілями інформаційної політики телеканалу. Наведемо приклади найбільш поширених так званих «ефектів впливу», які подібно до ефектів у рекламі, орієнтовані на медіарезультативність – здійснення очікувань медіавиробника.

Знання технологій, здатність їх побачити – надає перевагу глядачеві за принципом «знання – сила». Це, у свою чергу, унеможливорює ризик підпасти під інформаційний вплив, зменшує психологічну напругу.

Ефект «прайм-тайму» – у даному контексті розглядається як надання найбільш оптимального ефірного часу для трансляції новин, коли біля телевізора може зібратися найбільш масова аудиторія.

Ефект «порядку денного» – поширена технологія формування суспільної думки як презентація інформації, що формується на підставі інформаційної політики медіаканалу, вигідної власникам медіаресурсу; включає в себе інші інформаційні технології.

Ефект відволікання уваги від важливих подій – інформація подається так, що спочатку може презентуватися неважливе, часто-густо з часовою перевагою і кількісною диспропорцією, а важливе – мимохідь або наприкінці, у скороченому й мало інформативному варіанті. Крім того, застосовується «калейдоскопічна» подача інформації, спеціальне компонування відеоряду з додаванням образів, які розпорашують увагу глядача. Також, важливі повідомлення «розбавляються» чутками, сенсаціями, плітками.

Ефект замовчування – значна подія країни або важлива інформація, яка не відповідає інтересам медіавласника, ігнорується на певному каналі(-ах); зовсім /або частково не відображується в інформаційному просторі;

Періодичність повторення інформації – вважається, що через 30 хвилин аудиторія пам'ятає лише 60 відсотків змісту повідомлення. Наприкінці дня – лише 40, а за тиждень ледве 10 відсотків. У результаті будь-яка проблема зникне, якщо ЗМІ не будуть її розвивати або нагадувати про неї. І навпаки – якщо абсурдне повідомлення повторювати з достатньою частотою, то врешті-решт воно таки закріпиться у масовій свідомості. В новинах подібні повтори – звична практика.

Буденна розповідь – це саме той прийом, який сприяє байдужості населення до трагічних подій, проявів насильства, гострих політичних і соціальних конфліктів. Розповідь про ці трагічні події ведеться у нарочито діловому, спокійному «буденному» тоні, (наприклад, про події в АТО/ООС).

Констатація факту – ЗМІ подає бажане становище події як факт, що вже відбувся. Прийом, розрахований на створення відповідних настроїв у суспільстві за принципом «димув без вогню не буває».

Маніпуляція – інформація подається таким чином, щоб непомітно ввести в оману її споживача вплинути на глядача так, як це вигідно власнику каналу, інформаційного джерела; розрахована на неуважну, необізнану або заангажовану аудиторію.

Дезінформація – інформація подається у неповному обсязі або у дещо зміненому форматі з перекрученням фактів (приховування частки інформації або неправильний смисловий наголос), що надає їй дещо іншого смислового навантаження; по суті, це пряма і умисна брехня, яка може бути спростована доказами і фактами (наприклад, так звані «фейки»)

«Джинса» – інформація подається в такому ракурсі, який є вигідним замовнику, який приплачує за це;

Крім того, часто можна відстежувати такі технології впливу як:

Ефект психологічного шоку – спрямований на відображення смерті у всіх її проявах: війни, катастрофи, природні катаклізми, техногенні аварії, ДТП, пожежі, кримінальні події; усе це переповнює телеефір та інформаційні новини у тому числі. Суть механізму впливу полягає у тому,

що, природний психологічний шок, який відчувають, зустрічаючись із такими новинами нормальні люди, руйнує всі рівні їхнього психологічного захисту, що дозволяє безперешкодно впроваджувати у свідомість інспіровані схеми. На жаль, у переважній більшості випадків телебачення звично використовує екстремальні випадки як «фішку», що, з одного боку, на рівні підсвідомості привертає увагу глядачів, а з іншого — відволікає їх від інших, суттєвих, тих, що потребують громадського осмислення, проблем, які істотно впливають на реальне життя і добробут громадян.

Ефект «культивації примітивного» – нав'язливе спонукання аудиторії захоплюватися примітивним, низько вартісним медіапродуктом; навіювання людині, й особливо молодій, думку про те, що «модно» бути «тупим», невихованим, цинічним, аморальним. Саме тому на деяких телеканалах наприкінці інформаційних нових можна чути гучні анонси на прем'єри серіалів (або їх повторний перегляд) саме з такими головними персонажами, а також заяви щодо причетності каналу в їх створенні.

Отже, усі разом узяті інформаційно деструктивні впливи медіа нині є реальною загрозою психологічному благополуччю особистості і становлять психологічну небезпеку особливо для тих, хто вже травмований війною.

Техніка «Розширений алгоритм аналізу медіаконтенту: критичне мислення»

Критичне мислення – тип спрямованого мислення, яке базується на законах логіки і являє собою аналітико-синтетичну здатність до поетапного аналізу. Це самостійне, незалежне від стереотипів, мислення, яке сприяє розвитку конструктивного критичного ставлення до об'єкта, що піддається аналізу. Так, результатом критичного аналізу стає формування власної, автономної позиції людини щодо будь-яких об'єктів і явищ та медіатекстів зокрема. Крім того, навички критичного мислення дають змогу людині не загубитися в інформаційному просторі, не піддаватися маніпуляціям,

допомагають приймати аргументовані висновки та відстоювати їх. Критичне мислення допомагає у пошуку нових підходів щодо вирішення проблем.

Основою технології *стимулювання* розвитку, активізації критичного мислення є систематична аналітична практика, яку доцільно реалізовувати за допомогою невеликих медіатекстів (фотографій, картинок, рекламних роликів, нарізок з теленовин, відео сюжетів, документальних фільмів). Саме невеличкі медіатексти дають змогу частіше тренувати певні розумові дії, мисленнєві навички (Череповська, 2017а).

Ідеться насамперед про такі важливі когнітивні навички як: 1) оцінювання медіаконтенту, що ґрунтується не тільки на підставі аналізу, а й на доказах/аргументах, що підтверджують або спростовують висновки аналізу і головне – автономне, незалежне від чиеїсь думки, ставлення до сприйнятого і проаналізованого об'єкта, явища.

Критичний аналіз новинної інформації здійснюється **за схемою:**

«**хто?**» – з'ясування джерела інформації, власників каналу;

«**що?**» – визначення ознак медіаконтенту як його класифікація;

«**кому?**» – визначення цільової аудиторії, якій адресована обрана інформація;

«**з якою метою?/кому це вигідно?**» – виявлення мети медіаповідомлення;

«**очікуваний ефект повідомлення**» – очікування зворотної реакції аудиторії як прогнозування «кінцевого результату» від повідомлення на аудиторію;

«**які засоби впливу на аудиторію?**» – розкриття застосованих інформаційно-психологічних технологій впливу на глядача з боку медіа передбачає з'ясування набору «засобів впливу» на аудиторію;

«**що нагадує? / що нового?**» – пошук додаткових аргументів і контраргументів – логічних суджень, тверджень, за допомогою яких можна обґрунтувати і тим самим довести свою позицію, переконати інших;

«**висновки і оцінювання**» – формулювання висновків та оцінювання сприйнятого на підставі аналізу та суджень полягає в інтеграції проаналізованого та якомога об'єктивнішому його оцінюванні;

«автономне ставлення» – висловлення особистої позиції щодо медіатексту на підставі попереднього аналізу, аргументації й оцінювання, висловлення свого незалежного ставлення щодо сприйнятого медіатексту. (Додаток 3.2.).

Під час роботи з комбатантами бажано, щоб група в процесі аналізування великих і малих медіатекстів завжди мала перед собою в наочному форматі (на дошці, на стіні, в індивідуальних роздруківках) зазначені вище *етапи* послідовного критичного опрацювання сприйнятого в згорнутому варіанті, як то: «хто?», «що?», «кому?»...тощо.

Техніка «Переведення уваги медіасприймання»

Медіасприймання – на противагу від сприймання об'єктів реальності, це сприймання інформації виключно у форматі медіаконтенту: у кінотеатрі, по телевізору, в інтернеті. Медіасприймання суб'єкта передбачає його саморегуляцію. Саморегуляція – це вольові зусилля людини, довільна організація її уваги, що спрямовані на певні дії (внутрішні і зовнішні цілі).

Різні медіаформати і жанри потребують різного типу перегляду: раціональний, емоційний і змішаний. Тому актуальною є саморегуляція як цілеспрямованість уваги, її вчасне «переключення» з одного «режиму» сприймання на інший.

Перегляд новин, аналітичних, інформаційних, науково-популярних програм передбачає пріоритет *раціонального* аналітичного сприйняття. Оволодіння технікою переключення режиму сприймання і раціональне сприймання новин дозволяє комбатанту менш емоційно реагувати на інтерпретацію деяких подій, новинних сюжетів, упереджуючи й послаблюючи негативні реакції, що відповідно зберігає його психічне здоров'я й душевне благополуччя.

Перегляд музичних, розважальних програм, анімаційних, художніх стрічок передбачає пріоритет *емоційного*, асоціативного сприйняття з подальшим раціональним аналізом вже після перегляду.

Перегляд документальних фільмів (наукових, ігрових, культурно-мистецьких...), деяких відео (розважальних або документального характеру), спеціальних програм (у форматі інфотейнмент, коли події у ЗМІ подаються в розважальній формі, наприклад: «5 колонка», «Влада хохотала», «Міністерство правди») залежить від їхнього жанру і змісту, тому передбачає різні емоційно-когнітивні пріоритети сприймання.

Правила «Сприймання теленовин»

Теленовини намагаємося сприймати виключно раціонально, без емоцій. Це дозволить побачити застосовані технології: намагайтеся якомога більше визначити задіяних технологій. Коли ви звикнете до цих когнітивних дій, то будете вже робити це майже автоматично. Чим частіше ви помічаєте в новинах задіяні технології, тим менше вони впливають на вас, а істина стає ближчою.

Багато дивлятися новини на різних каналах і ресурсах щоб мати змогу порівняти інтерпретацію одних і тих самих подій. Пам'ятаймо, що новини в інтернеті найчастіше з'являються раніше, ніж на телебаченні, яке їх перевіряє і таким чином «легітимізує». Крім того, новини в інтернеті часто густо не мають ніякого відношення до об'єктивної інформації і є ключовими розповсюджувачами інформаційних вірусів.

Звертайте увагу на занадто емоційне подання інформації: можливо це навіювання або пропаганда? Пам'ятаймо, що інформація, на відміну реклами, пропаганди, має подаватися без емоцій, спокійним голосом.

Якщо під час або після перегляду новин без видимої причини погіршився настрій, значить раціональне медіасприймання вийшло з під Вашого контролю і поступилося емоційному. Обов'язково пригадайте який сюжет чи вислів телеведучого Вас «зачепив», «чому саме він?» і «назвіть», тобто, раціоналізуйте свою емоційну реакцію словом (техніка «рефлексії емоцій/почуттів»). Це точно зменшить або нейтралізує емоційну напругу.

Витрачайте менше часу на перегляд теленовин. Для загальної обізнаності «що в світі коїться», вистачить не більше півгодини на день. Можна витратити й трохи більше часу, проте один раз наприкінці тижня.

Інформація «Власники телевізійних ресурсів в Україні»

Власники телеканалів утримують їх й тому «законно» *контролюють* медіапростір, *просувають* свої погляди в суспільний простір, надають свою інформаційну *підтримку* політичним силам, які відповідають їхнім інтересам. Тому необхідно знати джерело/ресурс інформації: власників телеканалів, їхні світоглядні, політичні орієнтації, щоб краще розуміти інформаційну політику різних ресурсів. Так, наприклад, якщо власник телеканалу стратегічно налаштований на розвиток України у союзі з Європою, то це буде інтерпретація інформації саме у цьому контексті. Своєю чергою, якщо власник орієнтується на відновлення стосунків з Росією, то це буде просування зовсім інших ідей і наративів й відповідне подання й інтерпретація інформації.

Саме тому, поінформованість глядача щодо геополітичних, економічних, світоглядних позицій власників інформаційних ресурсів є важливою передумовою оптимального розуміння тієї чи іншої спрямованості висвітлення подій у країні і світі. Отже, корисна інформація 2021 року:

Телеканали:	Власники:
СТБ	Віктор Пінчук
Новий	
ICTV	
М1	
М2	
Оце	
1+1	Віктор Медведчук Ігор Коломойський
2+2	
ТЕТ	
Плюс Плюс	

Бігуді	
1+1 International	Ігор Коломойський, Ігор Суркіс
Україна	Рінат Ахметов
НЛО ТВ	
Індіго	
Футбол 1	
Футбол 2	
Інтер	
Мега	
К 1	
К 2	
НТН	
Ентер фільм	
Піксель	
ZOOM	
Інтер+	
ZIK	Тарас Козак, Віктор Медведчук (з 4.02.21 р. вимкнено)
Телеканал 112	
News One	
5 канал	Петро Порошенко
Прямий	Петро Порошенко
Еспресо TV	75 % - Іван Жеваго, 22,5 % - Людмила Княжицька
Телеканал 24	Мер Львова Андрій Садовий
UA: Перший	Держава
НАШ	Євген Мураєв

Звернімо увагу на те, що держава Україна, на жаль, володіє лише одним телевізійним ресурсом: «UA: Перший», тобто, має мінімальний контроль за українським інформаційним простором.

Рекомендації щодо проведення Модуля 3.

Перший етап: інформативна частина розрахована на 10-15 хвилин, в якій коротко зазначаємо *види* деструктивних інформаційних впливів з акцентуванням на інформаційних психологічних технологіях подання новин і знайомимо з *основними з них*. Розказуємо і показуємо *схему критичного аналізу* новинної інформації і зазначаємо варіанти *типів сприймання* й необхідність довільного переключення уваги.

Другий етап: практична частина заняття повністю присвячена перегляду і аналізу (за схемою) відібраних нарізок з теленовин й зокрема, пошуку наявних в кожному представленому фрагменті технологій впливу. Бажано, щоб медіапедагог мав нарізки фрагментів теленовин для презентації кожної інформаційної технології психологічного впливу. Намагаємося переглянути і проаналізувати якомога більше нарізок різних зразків новинного медіаконтенту.

Третій етап: на початку заключної частини можна задати провокативне питання: чи знає хто, кому з олігархів належить той чи інший телеканал? Аргументуємо важливість питання щодо власників телеканалів. Також знайомимо з основними правилами перегляду новин. Підсумки заняття.

Як розпізнати пропаганду?

В умовах гібридної війни пропаганда, як інтенсивне або непомітне просування певних ідей та світоглядів, набула нового «життя» і нового статусу «абсолютної зброї». Нині вона вийшла за межі авторитарних, тоталітарних держав і тепер становить психологічну небезпеку для суспільств інших, демократичних країн. Як і завжди, її метою є змінення суспільної свідомості, руйнування національної ідентичності, нав'язування власних ідей, втручання у внутрішню політику інших країн. Так, красномовними прикладами можуть бути впливи російської пропаганди у президентські вибори США, Франції, у референдуми щодо Брекзиту, а також незалежності Каталонії (Куляс І., 2018).

Наша країна, яка знаходиться у стані війни, також потерпає від пропаганди: як зовнішньої з боку Росії, так і внутрішньої, керованої певними політичними силами України. Геополітичних масштабів пропаганда набула саме завдяки розвитку цифрових технологій й соціальних медіа у тому числі. Тому у даному контексті, ми приділяємо увагу пропаганді передусім в інтернет просторі, де вона найбільш поширена у форматі графіки/картинок, текстової дезінформації, фейків тощо.

МОДУЛЬ 4 «Пропаганда в інтернеті»: як розпізнати пропаганду й уберегтися від її психологічного впливу?

Метою модуля є: мотивація аудиторії на розвиток здатності бачити елементи пропаганди, розпізнавати пропагандивний контент і тим самим, убезпечити себе від руйнівних впливів спрямованої інформаційної агресії.

Завдання: ознайомити з феноменом пропаганди, її суттю, як головної зброї інформаційної війни; ознайомити з видами, методами, функціями та іншими її ознаками.

Матеріал: картинки/графіка, світлини, відео ролики, нарізки з новин – усе пропагандивного змісту.

Основний зміст: пропаганда як просування певних ідей, цінностей і смислів; в умовах гібридної війни й інформаційної зокрема, пропаганда є головним її методом; провідною *функцією* пропаганди є вплив на емоції людини, суспільства, з метою змінити їх уявлення про світ; пропаганда здійснюється через поширення думок, ідей, доктрин, ідеологій; принципи, види пропаганди (за змістом, способом презентації), відмінність пропаганди від інформування та ін.

Запропоновано: *інформація* про головні ознаки гібридної та інформаційної війни; *принципи* пропаганди; *техніки* розпізнавання пропаганди: за змістом, за видами презентації; *способи впливу* пропаганди на емоції людини; *правила* самозахисту від пропаганди.

Інформація «**Ознаки гібридної та інформаційної війни**»

Гібридна війна становить принципово різні типи і способи ведення воєн і охоплює: «гарячу», енергетичну, економічну, фінансову, корупційну війни, підтримку державного тероризму тощо. Метою гібридної війни є не стільки територіальні завоювання, скільки створення хаосу, безперервного конфлікту, постійне генерування провокацій, умов, непридатних для життя, руйнування інфраструктури. Суть гібридної війни: 1) ідентоцид як знищення національно-державної, громадянської ідентичності країни-суперника і перетворення її на колонію (Беларусь, певно мірою Крим), 2) «замороження» конфлікту на тривалий термін на певній території, як привід для маніпулятивного впливу на світову політику (Придністров'я, Абхазія); 3) часто як ідентоцид і замороження конфлікту водночас (схід України, Донбас).

Надважливою і обов'язковою компонентою гібридної війни є інформаційна війна. У широкому розумінні, *інформаційна війна* є частиною боротьби між цивілізаційними світоглядними системами, вона стала можливою завдяки розвитку сучасних технологій комунікації і першою *тотальною* війною, яка не має територіальних кордонів. У більш вузькому – це систематичний, цілеспрямований ідеологічний, інформаційно-психологічний вплив на армію, населення країни-жертви; а також на власну армію і населення країни-агресора.

Головною *метою* інформаційної війни є руйнація групової, національно-державної, громадянської ідентичності країни-суперника.

Основними завданнями інформаційної війни є:

психологічний вплив на свідомість людини, суспільство переважно через ЗМІ, а також соціальні мережі;

техногенний вплив на канали комунікації, електронні інформаційні системи через вірусні атаки та інші кібер втручання.

Інформаційні війни бувають наступальними і захисними:

методи наступальної інформаційної війни: пропаганда, маніпуляція свідомістю, дезінформація (неповна, викривлена інформація), фальсифікація (створення альтернативної реальності, фейків), фабрикація (масове створення дезінформації, фейків);

методи захисної інформаційної війни: свідоме ставлення до будь-якої інформації; інтелектуальна активність як раціоналізація емоцій, аналіз, критичне мислення, переосмислення інформації; створення альтернативного медіаконтенту як аргументоване спростування брехливої інформації; а також створення контр-пропаганди як просування національних культурних цінностей та ідей в інформаційному просторі.

Надпотужною «зброєю» інформаційної війни є *пропаганда* – інтенсивне просування ідей, світогляду, вигідних країні-агресору.

Як розпізнати пропаганду й уберегтися від її психологічного впливу? Розпізнати її можна за допомогою застосування таких технік.

Техніка «Шість принципів побудови пропаганди»

Пропаганда заснована на шести основних принципах, які маємо знати, щоб розуміти її суть, базові структурні елементи:

- 1) пропаганди має бути багато;
- 2) вона має бути зрозумілою пересічній людині і навіть підлітку;
- 3) її зміст має вміщуватися у гаслі; три усталені форми гасел: «заклик», «заперечення», «ствердження»; (Додаток 5.2).
- 4) гасла мають бути короткими і однозначними;
- 5) зміст пропаганди має шокувати (бути неочікуваним, здатним здійснити інтенсивний психологічний тиск);
- 6) вона повинна якомога більше впливати на емоції людини (бо саме вони «заважають» мисленню!).

Техніка «Пропаганда за змістом»

Пропаганда розрізняється за *змістом*: військова, політична, комерційна, наукова, філософська, екологічна, соціальна, просвітна та будь-яка інша, що просуває ідеї певної галузі людської життєдіяльності (релігії, певного способу життя).

Техніка «Пропаганда за способом презентації»

За *способом* просування ідеї/ідей пропаганда може бути відкритою, агресивною, прихованою:

«біла» пропаганда – або «пряма»: є відкритою – вона не маскує своїх цілей, проте й не нав'язує їх, а закликає і заохочує, наприклад, до: здорового способу життя, збереження природного середовища, волонтерства, донорства, збирання коштів (на допомогу хворим, утримання тварин, відновлення історичних пам'яток, встановлення нових традицій тощо), просуває національні, культурні цінності; чимось перегукується із соціальною рекламою;

«чорна» – або «бойова» пропаганда; агресивна, спеціально розроблена, пропаганда, яка заснована на брехні й тому допускає будь-яке викривлення реальних фактів заради вирішення пропагандивних завдань; застосовує дезінформацію та маніпуляцію свідомістю; це достатньо ефективна зброя, часто застосовує такі методи як, метод «гнилого оселедця», «перевернутої піраміди», «великої брехні», «абсолютної очевидності», а також принцип подачі інформації «40 на 60» тощо (Додаток 5.1);

«сіра» – або «прихована»; нині є досить поширеною: застосовує неперевірені, неточні дані, а то й конкретну брехню; проте, на відміну від «чорної» пропаганди, яка пропагує достатньо емоційно, агресивно нав'язує, «сіра» – прагне ввести в оману через застосування непомітної, витонченої маніпуляції; використовує такі прийоми, які не завжди легко розпізнати, наприклад: «перебільшення», «спотворення», «виривання з контексту» тощо. (Додаток 5.3).

Техніка «Пропаганда за способами управління емоціями»

Щоб більш ефективно вплинути на емоції аудиторії та зменшити раціональне сприймання інформації, пропаганда широко застосовує класичні засоби: архетипічні образи, кольори, звуки/музику:

1) – *образ*: пропаганда маніпулює образами дітей, жінок, старих людей як жертв, яких потрібно захищати, а також «героя-захисника/визволителя» з підкресленою маскулінністю; використовує символи протистояння «добра» і «зла»; пропаганда створює нові образи, демонізуючи або принижуючи супротивника (так, з подачі російських пропагандистів, українці набули страшного образу «фашиста», глумливого – «укропа» та інші);

2 – *кольори*: найчастіше яскраві, насичені, конкретні – такі, що привертають увагу, створюють певне емоційне тло для сприйняття ідеї;

3 – *звук/музика*: звуки застосовуються різні і звуки війни – працюючої зброї, вибухів зокрема; у пропаганді зазвичай застосовується різна музика, й

тим не менше, переважає помпезна, бравурна, урочиста або тривожна, гнітюча;

4 – *голос* «у кадрі» або «за кадром»: застосовується занадто емоційна, оціночна лексика.

Техніка «Як відрізнити пропаганду від інформування»

Пропаганда або її елементи може зустрічатися у різних медіаформатах: рекламі, фільмах, телепрограмах. Порівняймо пропаганду та інформування.

Суть явищ	Пропаганда	Інформування
Мета	<i>Нав'язати</i> інформацію	<i>Передати</i> інформацію
Направленість на канали сприймання	<i>Емоції, почуття</i>	<i>Когнітивні процеси:</i> осмислення, аналіз, цікавість
Очікуваний емоційно-когнітивний результат	Гордість, відчуття належності до чогось значного, бажання діяти, ненависть, страх	Обізнаність, інтерес, бажання дослідити, доповнити отримані знання
Методи презентації інформації	Маніпулювання символами, стереотипами, перекручення фактів, перебільшення, посилення на «авторитети», прикрашення, зневага	Опис, передавання, відображення, порівняння
Ставлення до предмета сповіщення	<i>Позитивне / негативне</i>	<i>Нейтральне</i>
Тип інформації	Неточна, часткова, прихована	Точна, повна, відкрита
Цільова аудиторія	Широкі верстви населення своєї/іншої країни; конкретні соціальні, вікові групи	Широкі верстви населення своєї/іншої країни; конкретні соціальні, вікові групи
Результат для аудиторії	Залучена до дії, зміна поглядів, викривлення світоглядних позицій	Обізнана

Можна пригадати, що інформаційні телепрограми часто-густо застосовують елементи пропаганди. Це: надто емоційно забарвлена лексика ведучих теленовин; апелювання до емоцій широкої аудиторії телеглядачів;

маніпуляція інформацією, дезінформація, просування проросійських, «совкових» ідей тощо.

Виникає питання: як уберегтися від психологічного впливу пропаганди в умовах інформаційної війни? Пропонуємо такі правила.

Правила «Самозахист від пропаганди»

1. Розвивай, активізуй *логічне, критичне мислення*: не треба вірити всьому, що кажуть і показують у ЗМІ, треба аналізувати й критично оцінювати сприйняте.

2. *Переводь увагу* щодо режиму сприймання відповідно до медіаформату та його жанру: на новини, аналітичні програми не реагуємо емоційно, а навпаки, намагаємося сприймати суто раціонально.

3. *Звертай увагу на емоції*, які можуть виникнути під час перегляду/сприймання і застосовуй техніку рефлексії емоцій і почуттів.

4. *Застосовуй знання про пропаганду* проти неї самої: чим більше ти знаєш про різні види, способи і засоби її впливу, тим менший ризик підпасти під нього, бо «знання – сила». (Додаток 5.4).

Рекомендації щодо проведення Модуля 4.

Перший етап: інформативна частина розрахована на 15 хвилин, в якій коротко надаємо суть гібридної, інформаційної війни. Більш детально зупиняємося на пропаганді: її *принципах* організації, *змістових* особливостей її *видів*, основних *методів*, засобів *управління емоціями*.

Другий етап: *практичні вправи* з виявлення застосованих способів впливу на свідомість людини у пропагандивному медіатексті: картинки-плакат, відео, ролики соціальної реклами. Пошук наявних в кожному контенті елементів, засобів пропагандивного впливу та їх *аналіз*. Розглядаємо особливості пропаганди та інформування і, користуючись порівняльною табличкою, аналізуємо нарізки з теленовин. Намагаємося переглянути і проаналізувати якомога більше зразків пропагандивного медіаконтенту, щоб закріпити засоби, прийоми пропаганди. Аналізуємо *правила і пам'ятку*, аргументуємо важливість здатності чинити спротив ворожій пропаганді; зазначаємо роль контр-пропаганди як наступального засобу «інформаційних воїнів» щодо супротивника в інформаційній війні.

Третій етап: Підсумки заняття: замість висновку коротко обговорюємо позиції пам'ятки; насамкінець: що нового узнали, яку користь винесли з заняття, чи будуть застосовувати на практиці.

Пам'ятка-мотиватор

- Чим більше ти занурений в інформаційний процес, тим більше ризикуєш підпасти під вплив інформаційної агресії.
- Звертай увагу на мову контенту: іноді чужа мова може стати деякою пересторогою пропагандивного впливу.
- Розвинена медіаграмотність допоможе тобі зміцнити інформаційний імунітет.
- Патріотичні переконання, моральна стійкість власних світоглядних позицій/ідеології захистять твою національну ідентичність від ворожої пропаганди.
- Почуття гумору, оптимізм, креативність здатні забезпечити тобі психологічний ресурс в умовах інформаційної війни.

2.2. Психологічна просвіта: методика «Візуалізована психоедукація»

Психоедукація у широкому розумінні – це психологічна просвіта, загальною метою якої є пояснення і донесення до людей необхідної інформації про психічне здоров'я, психологічні негаразди та їх наслідки для особистості. Психоедукація є одним з важливих засобів забезпечення профілактики стресогенних станів і подолання травми війни у тому числі. Метою психологічної просвіти для комбатантів є просування психологічної культури щодо розуміння власного психологічного стану, як реакції на перенесений бойовий стрес, психологічну травму, а також розуміння вияву наслідків травматичних подій, які переживає інша людина. Така обізнаність щодо власної проблеми, може деякою мірою полегшити життя з цим станом: завдяки інформованості комбатант вже хоча б розуміє «що» і «чому» з ним відбувається. Саме розуміння цього сприяє подоланню травми війни на етапі, коли доводиться деякий час жити з ознаками нервового та психологічного

розладу. Своєю чергою, кінцевою метою психоедукації як психологічного методу є зменшення симптомів інтенсивного стресу, стресогенних станів, симптомів ПТСР, регулювання пам'яті про події, відновлення стосунків, підвищення самооцінки тощо.

Психологічним механізмом, який запускає оптимальний вплив психоедукації на людину, є отримання інформації, важливих знань щодо психологічних реакцій, порушень, їх проявів. Якщо спеціалісти розрізняють фізіологічний і психологічний види стресу, а психологічний, у свою чергу, має емоційну та інформаційну складові (Караяні, 2003), то саме подолання інформаційного дефіциту надає комбатантам більшої впевненості в собі, стимулює їхню стресостійкість.

Тобто, психоедукація, по-перше, готує людину до можливого виникнення симптомів у майбутньому. По-друге, якщо людина починає розуміти, що посттравматичні симптоми – це нормальні реакції (у тому розумінні, що такі симптоми логічні і відносно типові) на ненормальні чи шкідливі обставини, то меншою мірою почуватиметься ушкодженою чи психічно хворою та менше відчуватиме втрату самоконтролю (Бріер, Скот, 2015).

Таким чином, суть психоедукації можна представити, вже згадуваним вище, висловом відомого англійського філософа Ф. Бекона про те, що знання – то є сила. Ця думка у нашому контексті набуває метафоричної інтерпретації: інформація про душевні травми війни перетворюється на розуміння цього феномену, а розуміння як знання – на умовні «обладунки» обізнаності комбатанта, які надають йому певної впевненості в собі, тобто, забезпечують певною «силою».

Психоедукація має терапевтичний, психологічний напрями, які здійснюють підготовлені спеціалісти.

Психоедукація для комбатантів загалом передбачає:

- 1) інформування воїнів про поширеність наслідків невідворотного впливу війни різної інтенсивності на будь-яку особистість;

2) надання знань про те, що відбувається з людиною в стресовій, екстремальній ситуації, про наслідки психологічної травми, її симптоми та особливості протікання, як можна допомогти собі, побратиму;

3) раціоналізація травми – розуміння її проявів, наслідків; а також окреслення шляхів подолання, планування майбутнього життя травмованих.

У здійсненні профілактичної роботи з людьми, які ще не мали бойового досвіду більш актуальними є перша і друга позиції з інформування і надання знань (більш просвітницький аспект). У роботі з тими, хто вже мав бойовий досвід, більш затребуваною буде третя позиція (психологічний аспект).

На етапі психологічної, емоційної підтримки, якій присвячено даний посібник, психоедукацію доцільно застосовувати з метою підвищення загальної психологічної культури комбатантів та членів їхніх сімей, тобто, на рівні просвітництва. Разом з тим, в роботі з малими групами більш актуальним може бути саме аспект окреслення загальних шляхів подолання травми та оптимальної адаптації до соціуму.

Зі свого боку, зважаючи на те, що технологічний прогрес надає нові можливості і для роботи практичних психологів зокрема, ми вирішили збагатити ресурсний метод психоедукації. Інноваційним внеском стало застосування медіапсихологічних ресурсів: візуального медіаконтенту та способів його опрацювання, що й увійшло у розвивальну методикау «Візуалізована психоедукація».

Методика «Візуалізована психоедукація»

Метою методики є підвищення психологічної культури комбатантів та членів їхніх родин через поширення знань про емоційні стани, психологічні відхилення, розлади, порушення у людини, отримані в наслідок травми, за допомогою інформування та його візуального супроводу.

Мета реалізується через такі основні завдання як: 1) інформування аудиторії щодо емоційних станів, розладів у військових; 2) ілюстрація цих станів, розладів, поведінкових реакцій за допомогою спеціально відібраного

візуального медіаконтенту, переважно фрагментів з ігрових фільмів; 3) аналіз отриманої інформації, обговорення особистого досвіду.

Суть психологічного механізму методики така: завдяки штучним стимулам та керованим реакціям їх сприйняття, а також обміну думками щодо сприйнятого під час заняття комбатанти набувають знання і навички психоедукаційної грамотності й упевненості в собі.

«Штучними стимулами» є інформація, ілюстрована аудіовізуальним медіаконтентом; «керовані реакції сприймання» становлять спеціальні техніки, правила, за допомогою яких здійснюються спрямований перегляд медіавізуалізованої інформації; «обмін думками» – уточнення, закріплення сприйнятого, можливе обговорення власного досвіду і досвіду надання практичної допомоги травмованим.

Тобто, методика «Візуалізована психоедукація» полягає у посиленні раціональної інформації візуальним її відображенням, яке більш детально, зримо презентує психологічні ознаки розладів. Забезпечується такими медіапсихологічними ресурсами як медіаконтент, представлений навчальними відео, нарізками фрагментів фільмів, що за змістом ілюструють вияв того чи іншого психологічного стану (флешбекі, алкоголізм, агресія та ін.), а також спеціальними техніками сприймання й опрацювання сприйнятого медіаконтенту.

Структура методики становить шерег занять, присвячених певним темам психологічних порушень і розладів у комбатантів, а також проблемам спілкування, непорозуміння з членами родини. Орієнтовними темами для занять можуть бути, наприклад: «Гострий бойовий стрес», «Стани повторюваного переживання (сновидіння, пригадування)», «Флешбеки», «Уникання комунікації», «Емоційне заціпеніння», «Агресія, підвищена збудливість», «Депресивні стани», «Алкоголізм, наркотики», «Конфлікти в сім'ї» та інші стани, порушення, розлади.

Якщо є часова можливість, (приміром у військовому навчальному закладі), то бажано на кожну тему провести окреме заняття. У випадку, коли

такої можливості немає, тоді модератор може провести одне заняття, охоплюючи найбільш актуальні теми для своєї аудиторії.

Матеріал: 1) інформація: опис ознак основних наслідків психологічної травми у комбатантів; 2) дидактичний візуальний матеріал: «нарізки» епізодів з різних художніх стрічок й передусім воєнної тематики, спеціально створені ролики; техніки сприймання: «переключення уваги щодо режиму сприймання», «над уважне сприймання», «аналіз ознак психологічних порушень»; техніки практичної допомоги (див. розділ 2.3).

Засоби роботи з медіаконтентом становлять перегляд, ретельний аналіз, спрямований на краще розуміння і своєчасне виявлення психологічних станів та отримання інформації щодо реагування, надання допомоги у кожному, окремо розглянутому, випадку.

Очікувані результати: набуття нових/додаткових психологічних знань, та уміння застосовувати їх на практиці.

Психоедукативне заняття проводиться за таким алгоритмом.

Вступна частина, яка в загальних рисах окреслює/нагадує мету психоедукації та проблему психологічного травмування війною.

Основна частина:

1) інформаційна частина: надається вербальна інформація щодо якоїсь ознаки психологічного стану, ускладнення, розладу;

2) візуалізована частина: переглядається візуалізована інформація щодо вияву зазначеної ознаки; тобто, попередньо почуте уточнюється через візуалізований приклад і закріплюється в пам'яті;

3) аналітична частина: під керівництвом модератора проводиться аналіз сприйнятого: на скільки вірно / повно відображено прояв психологічного порушення; у чому це виявляється; чого можливо не вистачає тощо; звертання уваги на те, наскільки вдало/не вдало відображено вияв симптому.

Це основні дії: «розказуємо», «показуємо», «аналізуємо», які є обов'язковими.

Інформаційно-практична частина щодо самопомоги, допомоги може здійснюватися за двома напрямками:

4) практична частина: інформація щодо самопомоги або допомоги іншому у зазначених випадках:

- якщо є можливість, то крім інформування способів практичної допомоги, бажано показати їх у форматі короткого ролика або відео;

- якщо робота відбувається у форматі малої групи, то практичні дії здійснюються тренером, який може показати прийоми тілесної терапії, дихальних вправ і відпрацювати з учасниками групи у форматі міні-тренінгу.

За можливістю обидва варіанти можна поєднати: спочатку переглянути, потому закріпити на практиці.

Підсумкова результативна частина:

обговорення: учасники коротко діляться враженнями від усього сприйнятого; запропонувати висловити думку, ідею або навести приклад з власного досвіду щодо подолання психологічних ускладнень; визначити, яку користь отримали від заняття?, що виявилось найбільш конструктивним?; обов'язково треба наголосити, що підвищення психологічної культури комбатантів стосовно своєчасного виявлення візуальних ознак різних психологічних відхилень, порушень є дуже важливим. Завершення заняття має бути позитивним: наприклад, якщо «знання – це сила», то «поінформований – значить озброєний!».

2.2.1. Візуалізована психоедукація: інформація та образ

Забезпечення процесу психоедукації є важливою компонентою сучасної психоедукації: це не тільки пояснення природи психологічної травми, окреслення «дороги зцілення», а й надання літератури з самопомоги для самостійного опрацювання, використання на психоедукаційних заняттях різних засобів для ознайомлення із психологічною проблемою входження комбатантів в мирне життя – інформаційних буклетів, книжок, відеофільмів тощо (Мосієнко, 2015).

У нашому контексті психоедукація або психологічна просвіта, як ресурс, працює за принципом «знання – сила» і передбачає спочатку отримання корисних теоретичних знань різної спрямованості – інформацію, а потому – підтвердження, ілюстрування їх у форматі візуального образу. Отже, коротко розглянемо процес інформування та його візуалізацію.

Інформування та інформація

Інформування становить процес передачі інформації переважно через «слово», що здійснюється у певному порядку як у процесі спілкування, так і комунікації за допомогою медіа. Інформація – це зміст, того, що передається у процесі інформування.

Передача інформації щодо характеристик психологічних реакцій, станів, порушень, розладів у процесі психоедукативних занять за допомогою зазначеної методики, передається у процесі прямого, безпосереднього спілкування «модератор-учасники групи», у форматі міні-лекції.

Пропонуємо охопити на заняттях найбільш поширені ознаки наслідків травматизації комбатантів війною. Отже:

1. Повторювані переживання травматичної події.

Бувають різної інтенсивності та форми вияву. Головною, спільною ознакою для них є те, що вони виникають усупереч волі людини.

Неприємні згадки про травматичну подію, повторні спогади про цю подію: супроводжуються негативною емоційною реакцією, дистресом.

Тривожні сні, кошмари постають у сновидіннях як небажані спогади, коли людина знову і знову переживає травматичну подію. Вона неспокійно спить: уві сні може голосно розмовляти, кричати, здійснювати некеровані, навіть небезпечні рухи. Прокидається у стані сильного спитніння, із сильним серцебиттям і зовсім виснаженою.

«Флешбеки» – яскраві, дуже інтенсивні спалахи пам'яті. Свідомість людини ніби роздвоюється: вона одночасно знаходиться «тут» у звичних обставинах і нібито «там», де колись відбувалася травматична подія. Як наслідок, людина знову відчуває і переживає сильний стрес. Сильні емоційні

реакції можуть бути викликані звичними стимулами, проте які здатні нагадати про травматичну подію: звуки, запахи, освітлення, певні фрази тощо.

Наближення до місця травматичної події може провокувати у людини неприємні спогади та сильні фізичні реакції: часте серцебиття, інтенсивне виділення поту тощо.

2. Реакції уникання та емоційного заціпеніння.

Основою реакцій уникання та емоційного заціпеніння є несвідома відмова сприймати реальність.

Симптоматичною є така поведінка як уникання комбатантами згадок, розмов про травматичну подію; місць; людей, які нагадують про неї; війну загалом, і книжки, фільми про неї в тому числі. Уникання також виражається у втраті інтересу до занять, діяльності, способу життя, які раніше приносили задоволення. Також може спостерігатися знижений інтерес до участі у таких важливих видах життєдіяльності, як піклування про родину, її матеріальне забезпечення, пошук роботи. Уникання спілкування з друзями, родичами, бувшими колегами супроводжується почуттям відстороненості від них. Тобто спостерігається схильність до відчуженості, самоізоляції.

Емоційне заціпеніння як дуже обмежений рівень вияву емоцій, часто супроводжує більш інтенсивну реакцію уникання. Емоції у такої людини, як то кажуть, «на нулі». Це передусім складність відчувати і виявляти позитивні емоції; виявляти почуття та підтримувати контакт із людьми; дружити, співпереживати, любити, радіти. Це також небажання думати про майбутнє або говорити на цю тему.

3. Гіперактивація як підвищене збудження.

Суттю такого симптому є нездатність розслабитися, неможливість людини набути внутрішній спокій.

Це виснажливе для організму порушення характеризується шерегом виразних ознак.

Проблеми сну: труднощі у засинанні та підтримуванні сну, безсоння.

Дратівливість / вибухи гніву які найчастіше не мають вагомого підґрунтя, дійсно серйозної причини; такі реакції є неадекватними, перебільшеними щодо стимулу, який їх спровокував.

Проблеми уваги, прогалини в пам'яті: зниження концентрації уваги як важкість зосередитись на чомусь; неможливість пригадати щось.

Постійний стан готовності до небезпеки: неспокій, настороженість, надмірна пильність, очікування чогось поганого. Людина перебуває у постійній як психологічній напрузі, так і напрузі на рівні тіла.

Надмірно вразливі реакції на несподіванки, «вибухова» реакція, реагування на голосні звуки.

Реакції надмірного переляку: прискорене серцебиття, задихання, слабкість, відчуття глухості, заціпеніння, затерпlosti, нечутливості.

Агресивність – будь-які, навіть незначні проблеми та питання, людина прагне вирішити за допомогою грубої сили.

Негативні зміни у переживанні емоцій, в уявленнях про себе та навколишній світ: звуження спектру емоцій, особливо позитивних, емоційне «замороження»; надмірне почуття провини, страху, сорому; відсутність очікувань стосовно професійного зростання, шлюбу, дітей і т.д.

4. Інші супутні симптоми психологічних порушень.

Депресія: періодична глибока депресія/цинічність. Для людини у такому стані усе втратило сенс, усе марно, сили вичерпалися, а життя перетворилося на суцільну чорну смугу; в неї можуть з'являтися думки про самогубство.

Зловживання алкоголем, надмірне паління, вживання наркотиків, зловживання медикаментами: за будь-яку ціну й зокрема за допомогою хімічних речовин, комбатант жене від себе страшні спогади. Проте це допомагає лише на деякий час, тому дози стимуляції різними речовинами збільшуються, що може призвести до хімічної залежності.

Почуття провини та самоприниження: звинувачення себе і відчуття, що саме: «загинути мав я», «якби я встиг...», «якби я знав...», «я не врятував...», «якби...», «якби...» і як підсумок – «я винен» .

Проблеми в сім'ї: непорозуміння у спілкуванні між чоловіком та жінкою; незворотність минулого життя: змінився як чоловік на війні, так і жінка за його відсутності; труднощі в статевому житті тощо.

Більш детальний опис характеристик психологічних порушень можна знайти тут: Адсит, 2015; Герберт, 2015; Кісарчук, 2015; Кокун, 2018; Мюлер, 2015; Циганенко, 2016 та ін.

Візуальний образ

Візуалізація, як втілення певної інформації в образ, за своєю суттю ілюструє, посилює, детально уточнює вербальну інформацію. Своєю чергою, сприймання раціональної інформації, підсилене візуальним (образним) форматом, оптимізує процес надбання нових знань, уточнює існуючі знання. Це можна пояснити тим, що у філогенезі зорова модальність людини розвинулася набагато раніше, ніж мовлення, тому первісна людина отримувала інформацію і накопичувала досвід про навколишній світ переважно через зір. Так само в онтогенезі: немовля починає активно пізнавати оточуючий світ спочатку очима та іншими відчуттями й лише через декілька років за допомогою мови. Тому довіра до візуального у людини є природно зумовленою: «краще один раз побачити, ніж декілька разів почути». До того ж, зорове сприймання людини, як домінантна модальність, здатне «схоплювати» і результативно «опрацьовувати» не тільки видиму інформацію, а й візуалізовану, зокрема: вияви емоцій, почуттів іншої людини, презентовані у медіавізуальному образі і художньому також.

І саме тому ми вважаємо, що психологічна просвіта по можливості обов'язково має супроводжуватися різноманітними візуальними презентаціями. Так, психоедукаційне заняття з визначення ознак психологічних відхилень у поведінці комбатантів має бути забезпеченим не тільки візуальною друкованою продукцією (буклети, пам'ятки, постери та

ін.), а й переважно візуальним медіаконтентом. Рухомий формат відео, роликів, фільмів, нарізок з фільмів наближає їх вміст до реальності і сприймається людиною, як її «правдиве» відображення.

Тому кожна міні-лекція щодо однієї характеристики психологічного відхилення має бути ілюстрованою невеликим фрагментом з фільму (або декількома нарізками фрагментів з різних фільмів), відео сюжетом, спеціально створеним відео роликом тощо.

Необхідно зауважити, що не всі ознаки внутрішніх станів, розладів людини можна чітко візуалізувати й відповідно показати. Наприклад, такі внутрішні процеси, як неприємні переживання, почуття провини, послаблена увага, проблеми з пам'яттю та деякі інші, які «відбуваються тільки в голові кіногероя», можуть сприйматися лише з контексту фільму або якщо озвучені вербально. Навпаки, презентація «флешбеків» зображується часто і виразно, бо кіно має можливість відобразити цей складний психологічний феномен, показавши дві реальності: «тут» у звичних обставинах і «там», де відбувалася травматична подія. Мова кіно здатна усебічно представити тему емоційної відчуженості, агресії, алкоголізму, депресивної поведінки.

Наведемо декілька прикладів-ілюстрацій психологічних порушень, відображених у художніх фільмах воєнного медіаконтенту (у зазначених епізодах), які згодяться у роботі.

«Почуття провини»

х/ф «Форпост» (2020, США):

«повідомлення про смерть побратима Мейса» (1:49:44–1:50:49) і відразу ж показати «у психолога» (1:51:34–1:53:32).

х/ф «Американський снайпер» (2014, США):

«зняття двох мішеней» (0:26:30–0:28:26) і відразу ж показати

«реакція Кріса Кайла на перші мішені» (0:28:35–0:29:35).

«Флешбеки»

т/с «Доброволець» (2020, Україна), 2 серія:

«феєрверк, який спровокував у Дмитра флешбек» (0:35:15–0:36:55).

«Агресивна поведінка»

х/ф «Американський снайпер» (2014, США):

«випадок із собакою» (1:54:44–1:55:57);

«у пологовому будинку» (1:15:00–1:15:56).

х/ф «Кіборги» (2017, Україна):

«діалог Гіда і Марса» (0:24:04–0:26:21).

«Постійний стан готовності до небезпеки»

х/ф «Американський снайпер» (2014, США):

«випадок із собакою» (1:54:44–1:55:57);

«на СТО: реакція на голосний звук» (1:12:21–1:12:42).

«Відчуження, повторюванні переживання»

х/ф «Американський снайпер» (2014, США):

«у барі» (1:51:55–1:53:58);

«перед виключеним телевізором» (1:54:04–1:54:43).

«Уникання, емоційне заціпеніння»

х/ф «Американський снайпер» (2014, США):

«зустріч із врятованим солдатом» (1:12:42–1:14:56);

«розмова з психологом» (1:55:58–1:57:22).

«у барі» (1:51:55–1:53:58);

«Алкоголізм, невпорядковані сексуальні стосунки»

х/ф «Форрест Гамп» (1994, США):

«епізод з лейтенантом Деном» (1:15:30–1:18:50); (1:21:16–1:23:50).

х/ф «Апокаліпсис сьогодні» (1979, США):

епізод «у номері готелю: спогади, алкогольне сп'яніння» (0:01:00–0:07:32)

х/ф «Осада бази Глорія»:

«бесіда з полковником» (1:16:10–0:16:49–0:17:40).

«Проблеми в сім'ї»

х/ф «Американський снайпер» (2014, США):

«прояви відчуження» (0:53:03–0:53:28);

«вам не просто розслабитися» (0:53:50-0:55:21);

«поговори зі мною» (0:56:13–0:57:15); «коли ти тут, ти не тут» (1:15:57–1:17:45).

Отже, тематика занять обумовлює зміст дидактичного відеоматеріалу, а медіапсихологічні ресурси, своєю чергою, є ефективним інструментом для розвитку психоемоційної культури та подолання наслідків психічної травми комбатантів та членів їхніх родин. (У Додатку 6 надається чималий шерег фільмів, з яких можна самостійно зробити нарізки епізодів, потрібних для роботи).

Після перегляду кожного ролика, фрагмента з фільму, які демонструють ті чи інші психологічні стани, порушення, розлади комбатантів, необхідно обов'язково зазначити спосіб (або декілька способів) допомоги, самопомоги. У зв'язку з обмеженим обсягом даного контексту, а також артикулюванні в ньому саме на медіапсихологічних ресурсах психологічної підтримки, способи допомоги тут не описуємо. Утім, у повному обсязі їх можна знайти у таких джерелах, як: Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи: навчальний посібник, у 3-х томах, (2018) та ін.

2.2.2. Техніки візуалізованої психоедукації

Не менш важливим для забезпечення реалізації методики «Візуалізованої психоедукації» за допомогою візуального медіаконтенту є техніки, спрямовані саме на оптимальне сприймання та опрацювання наданої візуальної інформації. Пропонуємо такі техніки.

Техніка «Переведення уваги медіасприймання в процесі психоедукативних занять»

Метою техніки є спрямування учасників на саморегуляцію уваги щодо «переключення» на певний режим медіасприймання.

Сприймання об'єктів реальності відрізняється від сприймання візуального медіаконтенту. Крім того, сприймання одних медіаформатів

відрізняється від сприймання других. Наприклад, раціональне, аналітичне сприймання новин з перевагою мислення і емоційне, асоціативне сприймання художньої стрічки є відмінним. Тому, налаштування на перегляд спеціального медіасприймання відповідному медіаконтенту, передбачає його саморегуляцію: певні вольові зусилля та довільну організацію уваги. Актуальною є цілеспрямованість уваги на вчасне «переключення» з одного «режиму» сприймання на інший.

Психоедукативні заняття передбачають перегляд нарізок фрагментів з художніх стрічок, спеціально створених за темою художніх роликів, відео тощо. Як правило, такий медіаконтент ми сприймаємо в асоціативному, емоційному режимі сприймання. Утім, увага! Візуальний дидактичний матеріал, як ілюстрація теоретичної частини у контексті просвітницьких занять, передбачає активізацію довільної організації уваги тільки на раціональне сприймання медіаконтенту.

Техніка «Раціональне сприймання медіаконтенту в процесі психоедукативних занять»

Метою техніки є: налаштування учасників групи на якомога більш аналітичне, раціональне медіасприймання ілюстративного візуального медіаконтенту.

Учасники групи після отримання певної інформації щодо психологічних відхилень у травмованих війною, мають налаштуватися на серйозне сприймання ілюстративного медіаконтенту. А саме: 1) дуже уважно спостерігати і знаходити ознаки, раніше озвученого психологічного відхилення; 2) не намагатися шукати сюжетну лінію презентованого фрагмента; 3) не пригадувати з якого фільму зроблено нарізку, який актор виконує роль кіногероя; 4) наскільки можливо – абстрагуватися від сприймання звукового, музичного супроводу, що може налаштовувати саме на емоційне сприймання і заважати аналітичному; 5) під час перегляду не проводити ніяких паралелей із власним досвідом; 6) намагатися сприймати

представлений сюжет якомога відсторонено, з великої «відстані» («з боку», «зверху», «з Місяця», з позиції лікаря, дослідника тощо).

Головним правилом техніки є: «Не дивитися, а бачити!». Тобто, не захоплюватися грою актора (переконливо відображує стан, поведінку чи неправдиво), не занурюватися у ситуацію, що демонструється, але бачити суть представленого порушення: вияв його характерних ознак, класифікацію.

Техніка «Алгоритм скороченого аналізу медіаконтенту в процесі психоедукативних занять»

Метою техніки є надання алгоритму скороченого аналізу медіаконтенту в процесі психоедукативних занять.

1. Розуміння змісту представленої в нарізці ситуації: про що йдеться у фрагменті?

2. Уважне спостереження за ознаками демонстрованих психологічних відхилень і співставлення їх з інформацією, отриманою перед переглядом.

3. Аналіз деталей міміки, рухових, голосових реакцій, висловлювань, елементів індивідуальної і комунікативної поведінки, властивих зазначеному психологічному порушенню.

4. Узагальнення результатів аналізу у процесі короткого обговорення. Можливо хтось захоче додати щось з особистого досвіду по темі.

2.2.3. Практичні рекомендації щодо застосування візуалізованої психоедукації в різних групах травмованих

Форми організації психоедукативних занять: індивідуальні та групові лекції, тренінги, семінари.

Традиційно метод психоедукації застосовують під час актуальної індивідуальної терапії, проте вона може бути потрібною для окремих груп підтримки і групових занять з комбатантами і членами їхніх родин зокрема.

Важливим моментом для проведення групової роботи з психоедукації травми війни є визначення кількості учасників групи.

Так, зазвичай психологічна просвіта як профілактика стресових станів під час і після бойових дій проводиться у формі лекції з елементами бесіди (особливо, якщо в учасників є досвід участі в бойових діях) для великої аудиторії слухачів – 60-150 осіб. Це можуть бути курсанти військових закладів, військовослужбовці, мобілізовані. Під час розповіді-бесіди у великій групі доцільно використовувати метафори, приклади, історії, ставити запитання.

З комбатантами, які перебували в зоні бойових дій, які будуть повертатися або знаходяться на реабілітації й можливо мають деякі психологічні порушення, а також з членами їхніх родин – психоедукаційні заняття варто проводити з невеликою кількістю учасників – до 12 осіб.

Крім того, психоедукаційна робота в кількісно та якісно різних групах має певні особливості.

Так, в роботі великої групи наголос робиться передусім на: 1) інформування щодо наявності і виявлення ознак психологічних травм у воїнів; 2) надання конкретних знань у медіавізуальному форматі щодо виявлення порушень у себе, своїх товаришів, як запобігання стресової ситуації, підготовка до неї; а також 3) надання інформації щодо практичних засобів і прийомів самодопомоги/допомоги зняття гострого, бойового стресу у візуальному друкованому, медіаформаті.

Навпаки, у роботі малої групи з комбатантами, які перебували в зоні бойових дій й можливо мають деякі психологічні ускладнення, акцент робиться саме на раціоналізації травми через: 1) інформування поширених ознак посттравматичного стресу, їхніх виявів; 2) візуальну презентацію у форматі відео та практичне відпрацювання прийомів самодопомоги/допомоги на тілесному рівні; 3) і головне – визначення шляхів подолання та «виходу» з травми.

Не менш важливою є психоедукація в груповій роботі із жінками – дружинами, матерями та іншими членами родини комбатанта. Вона передбачає смисловий наголос не тільки на інформуванні щодо

психологічних виявів порушень, наданні допомоги, а й інформуванні особливостей поведінки самої жінки в подружньому, сімейному житті: як ставитися до специфічної поведінки чоловіка-комбатанта?, як поводити себе з ним в окремих ситуаціях?, де брати психологічні ресурси відновлення від емоційної втоми? та інші питання психологічного характеру. Тобто, візуальний матеріал має бути за змістом більш орієнтованим на жінку.

Таким чином, метод психоедукації може застосовуватися як більш просвітницький засіб для великих груп і з додатковими елементами психологічної підтримки як окреслення шляхів виходу з травми – для малих.

Отже, просвітницькі практичні психоедукаційні заняття з комбатантами не тільки надають їм можливість краще розуміти власний психологічний стан після перенесеного інтенсивного стресу, побачити його прояви в іншого, але й збагатити особисту візуальну психологічну культуру зокрема. Психоедукація здатна зняти емоційну напругу у постраждалих, оптимізувати процес менталізації і подальшого подолання травми війни, що полегшить адаптацію ветеранів до мирного життя, стосунків в родині. Саме тому вона є важливим засобом в роботі з комбатантами.

Практичні рекомендації щодо проведення психоедукаційного заняття

Перший етап. Короткий вступ: психоедукація, її мета, завдання, засоби; візуалізована психоедукація як додаткові можливості інформування. Загальна характеристика візуального дидактичного медіаконтенту: чим саме будемо користуватися. Ознайомлення з техніками візуалізованої психоедукації.

Другий етап. Структура практичного опрацювання виявлення ознак психологічних порушень у комбатантів та осіб, які пережили травматичні події: 1) інформування про конкретну ознаку наслідків травми війни, її опис; 2) візуальна демонстрація ознаки за допомогою нарізок фрагментів, роликів, відео; акцентування на деталях виявлення ознаки: метою уточнення, можна переглянути епізод повторно (навіть декілька разів, якщо є потреба);

3) аналізуємо, обговорюємо конкретну презентовану ознаку (психологічних станів, відхилень, ускладнень, порушень).

Наступною дією має бути інформування щодо засобів допомоги, самопомоги і, якщо є можливість, її візуальна презентація щодо опрацьованого вияву відхилення.

Далі переходимо до таких характеристик психологічних наслідків травмування, зберігаючи принцип: «розказуємо», «показуємо», «обговорюємо».

Психоедукативні заняття можна проводити у форматі спецкурсу, коли одне заняття присвячується розгляду тільки однієї конкретної теми наслідків травми, наступне заняття – наступної ознаки тощо.

Третій етап. Завершення заняття здійснюється за знайомим алгоритмом результативної частини: узагальнюємо набутий досвід на занятті, можливо наводимо приклади з власного досвіду, з інших фільмів; визначаємо корисність отриманих знань.

2.3. Саморегуляція емоційних станів та ціннісно-сислової сфери: методика «Медіаклуб»

Психологічна підтримка людей, які переживають наслідки травматичних подій за допомогою медіапсихологічних ресурсів, окрім розвитку медіаграмотності як профілактики негативних впливів медіа та підвищення психоедукативної культури щодо виявлення симптомів психологічних порушень у комбатантів, також спрямована на розвиток здатності до саморегуляції власних внутрішніх станів та оновлення системи цінностей і смислів.

Тема розділу передбачає розгляд таких напрямів як: 1) саморегуляція емоційних станів за допомогою тілесних і дихальних вправ (див. 2.4.); 2) саморегуляція емоційних станів, ціннісно-сислової сфери за допомогою методики «Медіаклуб» (Череповська, 2018а).

Надважливою умовою розвитку саморегуляції особистості є групова робота. Саме в групі учасники мають змогу зіставити свої історії травмування з історіями інших, можуть обговорювати проблеми і давати одне одному поради, ділитися практичним досвідом. Перевага групових занять полягає також й у тому, що потерпілий, слухаючи учасників групи, може дізнатися про щось своє, впізнати дещо особисте, спостерігати за подібними переживаннями в інших. Спеціалісти зазначають, що такий процес може бути значно потужнішим та міцнішим, ніж та сама інформація, надана психологом (Бріер, Скот, 2015).

Тому, стратегічною метою даного розділу є подолання травми війни тих, хто переживає наслідки травматичних подій, як стабілізація на емоційному, ментальному, екзистенційному рівнях, як вихід на психологічне благополуччя та успішну соціалізацію. Відповідно, тактичними завданнями будуть: корекція і розвиток навичок саморегуляції для розв'язання психологічних проблем; мотивація на пошук внутрішнього ресурсу. Це, своєю чергою, надасть комбатантам можливість зорієнтуватися на загальних життєвих цілях та виробити конкретні дії по їх досягненню.

2.3.1. Ціннісно-смилова саморегуляція

Цінності і смисли є системними психологічними утвореннями, які визначають спрямованість життєдіяльності особистості й водночас самі залежать від змісту цієї життєдіяльності. Базовою компонентою ціннісно-смилової сфери є смисложиттєві орієнтації, які становлять внутрішні позиції людини, зумовлені її належністю до певної соціокультурної спільноти, життєвим досвідом, ступенем її внутрішньої свободи та особливостями суб'єктивної реальності. Своєю чергою, зміна життєдіяльності людини часто-густо сприяє змінам змісту ціннісно-смилових утворень і смисложиттєвим орієнтаціям зокрема. Наприклад, чоловік пішов на війну, так би мовити, однією людиною, а повернувся іншою; жінка також змінилася за час тривалої відсутності чоловіка вдома ; людина, яка приїхала з окупованої території,

втрапивши все що мала й чого досягла до війни, вірогідно теж змінила свою систему цінностей і смислів, свою життєву орієнтацію.

Травматичний досвід, отриманий в особливих умовах, відображається на трансформації смислових структур особистості, що знаходять вияв у вигляді різних поведінкових аномалій, порушень у сфері міжособистісних комунікацій, а також проблемами у смисловій сфері особистості. Наприклад, особливостями смислової сфери комбатантів, що визначають стан дезадаптації, є: заміна сенсу провідного мотиву діяльності сенсом більш низького порядку; зниження рівня опосередкованості діяльності; звуження основного кола відносин людини зі світом; збіднення мотиваційної сфери.

Водночас, збереження таких цінностей, як щасливе сімейне життя, любов до близьких, творчість, пізнання, цікава робота, дозволяє інтегрувати травматичний досвід у систему життєвих смислів і цінностей. Смислова інтеграція гуманістичних цінностей дозволяє комбатантам органічно поєднати екстремальний смисловий досвід з системою життєвих смислів. якщо в особистості у період після травматичного досвіду зберігся високий рівень смисложиттєвих орієнтацій, відчуття наповненості життя, а її цілі, ціннісні орієнтації спрямовані на професійне вдосконалення, кар'єрне зростання (Шинкарук, 2019).

Дослідження також показують, що ціннісні орієнтації учасників бойових дій загалом є більш диференційованими за їх значущістю й осмисленістю, порівняно з військовослужбовцями, які не перебували в зоні проведення АТО/ООС. Водночас, достовірно більша кількість респондентів із бойовим досвідом, порівняно з тими, хто його не має, виявляє полярність в осмисленні життєвих цінностей: дуже глибоко осмислює смисложиттєві орієнтації або навпаки – втрачає у них сенс (Журавльова, Кротюк, 2015).

Відповідно, перебудова ціннісно-смислової сфери сприймається особистістю як життєва криза, протягом якої відбувається певний розлад внутрішнього світу людини, проте успішне подолання такої кризи призводить до особистісного зростання (Чайка, 2015).

Динаміка ціннісно-сислової сфери, як утворення особистості, забезпечується саморегуляцією – певною формою внутрішньої діяльності.

Ціннісно-сислова саморегуляція являє собою цілеспрямований, усвідомлений процес самоорганізації, самоуправління та самоконтролю ціннісних самозмін особистості. Внутрішнім механізмом ціннісно-сислового становлення людини є ціннісний вибір, який залежить від досвіду активності суб'єкта та його регуляторної компетентності. Ціннісно-сислова саморегуляція особистості, що охоплює мотиваційні чинники, ціннісно-сислові ставлення, диспозиційні утворення, емоційно-ціннісні характеристики процесу переживання, життєві вибори особистості в різних сферах її самовизначення, є відображенням цілісного процесу становлення системи цінностей, наділеного відповідними біологічними, психічними, соціокультурними й трансцендентними можливостями (Галян, 2017).

Таким чином, зміст цінностей і смислів людини, як її ментальних позицій, емоційних переживань, ставлень, прагнень може змінюватися / уточнюватися протягом життя як під впливом сприятливих і несприятливих зовнішніх факторів, так і регулюватися, корегуватися зсередини самою людиною.

Суть процесу саморегуляції полягає передусім в активізації емоційно-когнітивної та мотиваційно-вольової сфери особистості.

Якщо регуляція/регулювання, як більш широке поняття, являє собою загальний процес упорядкування людиною чогось, керування чимось, підпорядкування його відповідним правилам, певній логіці, системі, то особисто мотивовані регулятивні процеси, що завжди відбуваються на рівні самосвідомості особистості, можна назвати саморегуляцією. Тобто, вольові зусилля, довільна організація уваги, які спрямовані на певні внутрішні або зовнішні дії, емоційно-когнітивне опрацювання, перевірка цих дій – усе це становить саморегуляцію особистості.

Підставою для активізації вольової та емоційно-когнітивної саморегуляції особистості є потреба у зміні / коригуванні ціннісно-сміслової сфери і смисложиттєвих орієнтацій у тому числі.

У широкому сенсі **саморегуляція** – це управління своїм психоемоційним станом, системою цінностей і смислів, що досягається шляхом впливу людини на саму себе. Самовплив здійснюється за допомогою: свідомих настановлень, спонукальних слів-команд, уявних образів, довільним управлінням м'язовим тонусом і диханням, цілеспрямованим самоконтролем, самоперевіркою.

У контексті подолання травми війни саморегуляція розглядається у двох площинах: емоційно-тілесній і психологічній, ментальній.

Саморегуляція в емоційно-тілесному плані спрямована на усунення емоційної напруженості, ослаблення проявів втоми, підвищення психофізіологічної реактивності за допомогою навчання і набуття навичок у застосуванні спеціальних прийомів з метою стабілізації емоційних, тілесних станів. Суть емоційно-тілесної саморегуляції – це зняття напруженості за допомогою релаксації, аутотренінгу, дихальних вправ та ін. (див. 2.4).

Психологічна саморегуляція спрямована на узгодження свого внутрішнього світу, створення нової когнітивної моделі життєдіяльності, уточнення/оновлення світоглядних позицій.

Суть психологічної саморегуляції полягає у спрямуванні вольових зусиль особистістю на гармонійне узгодження в собі досвіду війни з мирним життям, а саме: 1) реконструювання власних травматичних ситуацій в символічній формі ототожнення, 2) творче переструктурування життєвих цінностей і смислів.

Саморегуляція емоційної сфери, оптимізації когнітивних умінь і навичок у контексті вибудови життєвих цінностей і смислів, а також комунікативних здібностей, спрямована на самовідновлення психологічного благополуччя. Така саморегуляція передбачає розвиток таких навичок як:

- 1) *рефлексії емоцій і почуттів*;

2) *когнітивних умінь* аналізування, інтерпретації, аргументованого доведення своєї думки, креативного переосмислення;

3) здатності до *ментальної ревізії* як уточнення системи уявлень, переконань, духовних цінностей, життєвих координат, планування майбутнього життя тощо;

4) *комунікативних умінь* оптимального спілкування загалом і під час обміну думками серед учасників групи у процесі обговорення зокрема.

Оптимізувати процес саморегуляції як відновлення внутрішніх станів, смисложиттєвих орієнтацій комбатантів та членів їхніх родин, що переживають наслідки травми, ми пропонуємо за допомогою застосування методики «Медіаклуб».

2.3.2. Медіаклуб як ресурс психологічного відновлення

Медіаклуб є специфічною формою організації проведення групової роботи за допомогою медіапсихологічних ресурсів і переглядів фільмів та їх обговорення зокрема. Іноді різні автори розглядають цей формат групової, зрідка індивідуальної роботи, як «фільмотерапію», «кінотренінг», «фільманаліз» (Красин, 2018; Трусь, 2011; Чаплінська, 2020; Череповська 2017а; 2018а). У всіх зазначених формах медіаклубу мета і поставлені завдання можуть бути різними. Відповідно різним буде і змістове наповнення групового, індивідуального заняття. Єдине спільне, що поєднує усі зазначені різновиди медіаклубу, це: перегляд фільмів і переважно художніх стрічок та їх аналіз і обговорення.

Запропонована нами методика «Медіаклуб», орієнтована на реалізацію різноманітних цілей, як то: на формування візуальної медіакультури особистості, розвиток медіаграмотності і критичного мислення школярів, розвиток патріотизму молоді, оптимізацію взаємодії людини із сучасною візуальною медіакультурою і зокрема, на стимуляцію психологічного відновлення постраждалих від травматичних подій, посттравматичного

зростання комбатантів, як відновлення/оновлення смисложиттєвих орієнтацій та інше. Методикою передбачено застосування переважно художніх стрічок, як більш багатоаспектного за змістом й відповідно більш ресурсного медіапродукту. Також, іноді доцільно застосовувати анімаційні фільми, відео та інший візуальний матеріал з медіа. Методика забезпечується такими медіапсихологічними засобами, як емоційно-когнітивними техніками, прийомами, правилами, корисним інформуванням тощо.

Необхідно зазначити, що представлена нами методика медіаклубу відрізняється від традиційного його проведення тим, що збагачена різними форматами перегляду, такими як «ідентифікаційний», «ілюстративний», «інтерпретаційний» та іншими й відповідно має більш широкий діапазон опрацювання сприйнятого та різні варіації групової роботи.

Крім того, наша методика надає перевагу виключно груповій роботі, яка надає можливість невимушеному «клубному» спілкуванню, що значно оптимізує процес аналізу та обговорення сприйнятого.

Суть методики представлена трьома аспектами. По-перше, *образно-смісловий формат* фільму вже сам по собі є неабияким агентом впливу на емоційно-когнітивну сферу особистості. По-друге, *аналіз* переглянутої стрічки формує навички й уміння до аналітичної роботи, здатність до критичного осмислення сприйнятих цінностей і смислів, їх творче переосмислення тощо. По-третє, *спільне обговорення* переглянутої стрічки формує не тільки уміння висловлювати свою думку, коректно поводитися під час дискусії, а й готовність розв'язувати власні проблеми, планувати майбутнє на підставі конструктивного переосмислення сприйнятого «досвіду» кіногероїв.

Мета методики «Медіаклуб» полягає передусім у поліпшенні психологічного стану комбатантів, оптимізацію їх життєвих цінностей за допомогою перегляду фільмів та спільного обговорення проблем у групі. Очікуваними результатами є *психологічні зміни* на особистому та груповому

рівні завдяки переосмисленню сприйнятого, опрацьованого спеціально підбраного медіаконтенту.

Структура методики проведення медіаклубу в *традиційному*, поширеному його варіанті передбачає *процесуальну* і *результативну* частини.

Процесуальна частина охоплює:

1) підготовчий етап (вступне слово, план роботи, короткий анонс того, що будемо дивитися, знайомство, зняття психологічної напруги тощо);

2) етап реалізації (перегляд відеоматеріалу; застосування таких технік, як рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого, його аналіз, оцінювання і обговорення/дискусія за підготовленими запитаннями).

Результативною частиною є:

3) етап завершення (підбиття підсумків як переосмислення сприйнятого, результати попереднього аналізу та обговорення, фіксація нового – отриманого під час перегляду, його корисність, орієнтація на особисті позитивні зрушення).

Коментарі щодо структури проведення медіаклубу.

Перегляд

Зважаючи на різні обставини, не завжди є можливість переглядати художні стрічки, середня тривалість яких становить приблизно дві години, у групі. Тому поширена практика попереднього перегляду, а сам медіаклуб проводиться вже потому. (Наприклад: перегляд фільму реалізується напередодні групової роботи за декілька днів; краще переглядати фільм за день, тому що враження залишаться ще відносно «свіжими»; також за можливості є оптимальний перегляд у першу половину дня, а проведення «клубу» – у другій).

Аналіз переглянутого фільму

Якщо медіаклуб реалізується у традиційному форматі, то аналіз сприйнятого здійснюється за технікою «скороченого алгоритму аналізу» медіатексту. Інші формати проведення медіаклубу передбачають не тільки скорочений аналіз сприйнятого, а й аналіз, підпорядкований конкретним

форматам сприймання й емоційно-когнітивного опрацювання медіаконтенту («рольовий», «ідентифікаційний», «ілюстративний» тощо). Поступово, за допомогою підготовлених модератором запитань, аналіз змісту медіаконтенту переходить в активне обговорення/дискусію щодо переосмислення воєнного, іншого травматичного досвіду кіногероя/кіногероїв.

Узагальнення обговорення/дискусії

Модератор у процесі обговорення/дискусії має підвести учасників групи до стратегії їхніх майбутніх життєвих цілей, до тактики окреслення шляхів їх реалізації.

Усталений формат проведення медіаклубу є найбільш поширеною практикою. Разом з тим, ми пропонуємо декілька інших форматів організації проведення групової роботи з комбатантами, із членами їхніх родин.

Рекомендовані формати проведення медіаклубних занять:

1. **«Стоп-кадр»** – формат медіаклубу, заснований на прийомі «стоп-кадр» як зупинка перегляду, який модератор застосовує у двох різних варіантах:

Перший варіант: у процесі спільного перегляду в потрібний момент модератор зупиняє фільм і пропонує учасникам медіаклубу коротко проаналізувати тільки-но сприйнятий і зупинений епізод: він звертає увагу на певні речі, дещо коментує, а також заохочує інших до аналізування сприйнятого; таким чином модератор демонструє учасникам групи, як треба здійснювати аналіз, узагальнення, дає приклад неупередженого ставлення до фільму тощо. Цей формат бажано проводити на перших заняттях для при звичаєння учасників до суті роботи у форматі медіаклубу.

*Другий варіант: застосовується, коли через різні причини **фільм переглядається заздалегідь** (у кінотеатрі або в домашніх умовах – на самоті або з друзями). Тоді робота медіаклубу розпочинається відразу після вступного слова модератора: з аналізу та обговорення ключових моментів фільму, кожен з яких презентується переглядом відповідного фрагмента.*

Потому модератор вибирає і фіксує найбільш виразний кадр з цього фрагмента, як візуальний орієнтир для аналізування. (Для цього варіанта проведення медіаклубу модераторові потрібно досконало знати медіатекст, щоб швидко знайти потрібне місце в стрічці і зробити «стоп-кадр»). По суті, переглянутий і зупинений фрагмент – це «ключовий» кадр, який виконує роль ілюстрації – візуалізацію обговорюваного. Таку версію «стоп-кадру» можна застосовувати як прийом аргументації в інших форматах медіаклубу. До речі, домашній/попередній перегляд може бути запланований не лише через значну тривалість художньої стрічки, на спільний перегляд якої бракує часу, а й тоді, коли є потреба в часі саме для розширеного її обговорення – підготовленої дискусії.

2. «Ідентифікаційний» формат медіаклубу передбачає специфічний підхід сприймання художньої стрічки. Суть формату полягає в тому, щоб за допомогою перегляду візуального художнього медіаконтенту отримати особистий смисловий досвід через «досвід» кіногероя. А саме: відчуті «із середини» емоції, мотиви поведінки іншого (кіногероя) і зробити певні висновки: подумки «*погодитися*» з таким вчинком («за тих умов я б вчинив так само: ...»); спробувати щось «*змінити*» («на його місці я б зробив інакше: ...»); категорично «*не погодитися*» із вчинком героя («ніколи в житті не чинитиму так, бо...»); дещо «*запозичити*» для себе на майбутнє («це гарна думка, яка має сенс; цю ідею, практику можна спробувати застосувати й собі...»). Перевагою формату «ототожнення» є те, що людина, «проживаючи» модель поведінки кіногероя, може «схопити», перейняти досвід, навчитися набагато більшого, ніж просто отримати теоретичні пояснення.

Зазначимо, що формат «ототожнення» з кіногероєм/кіногероями певною мірою перегукується з методом *сінемалогічного аналізу*. Відмінність полягає у тому, що «ототожнення», як умовна ідентифікація, артикулює на саморегуляції власних цінностей і смислів, окресленні шляхів розв'язання проблем, орієнтації на оптимальну соціалізацію, натомість сінемалогічний

підхід більше акцентує на власних переживаннях, реакціях від переглянутого за планом модератора.

Ідентифікаційний формат має два різних підходи: «неусвідомлене» і «свідоме» ототожнення з кіногероєм. Якщо є можливість проведення декількох занять за цим форматом, то варто їх розпочати саме з «неусвідомленого» варіанту ототожнення, а вже по тому – із «свідомого».

У випадку, коли такої можливості немає, то варіант «свідомого» ототожнення з кіногероєм бажано проводити, застосовуючи медіаконтент, знайомий для аудиторії: цю стрічку учасники групи переглядали раніше й неусвідомлене ототожнення у них вже відбулося раніше.

(Трискладова структура проведення медіаклубу: етапи підготовки, реалізації та завершення – зберігається для «ідентифікаційного» формату).

3. **«Ілюстрація»** – цей формат проведення медіаклубу на етапі реалізації найбільше відрізняється від попередніх. Особливість формату «ілюстрація» полягає в тому, що він не має на меті перегляду однієї стрічки або її фрагментів. Він набуває доцільності тоді, коли необхідно розкрити/засвоїти якусь нову або дослідити конкретну тему. Тому вже на підготовчому етапі акцент робиться саме на актуальності теми, яка буде переглядатися і обговорюватися. До зазначеної теми модератор заздалегідь відбирає нарізки фрагментів з різних стрічок, які й ілюструють її ключові позиції. Після демонстрації кожної «ілюстрації» відбувається коротке обговорення, розстановка смислових, емоційних акцентів. Потому – дискусія та узагальнення результатів. Орієнтовними темами можуть бути: «стосунки в родині комбатанта», «ціннісний вибір комбатанта як шлях вирішення психологічної проблеми», «вірність принципам, ідеалам, героїзм комбатантів» та ін. (Додаток 7.2).

Методика «Медіаклуб» також має інші формати проведення занять (Додаток 7.1), забезпечується добіркою художніх стрічок (Додаток 6) та емоційно-когнітивними техніками, прийомами, представленими нижче.

2.3.3. Емоційно-когнітивні техніки і прийоми саморегуляції

Методика «Медіаклуб» оснащена спеціально розробленими, а такожі модифікованими техніками та прийомами роботи з візуальним медіаконтентом. Вони спрямовані на розвиток емоційно-почуттєвої, когнітивної рефлексії, здатності до саморегуляції життєвих цілей та вироблення конкретних дій щодо їх досягнення.

Техніка «Рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого»

Здійснюється відразу після перегляду. Учасникам пропонується зручно сісти, розслабитися, заплющити очі або опустити голову донизу і приблизно протягом хвилини обмірковувати щойно сприйняте: *«що саме/найбільше мене «зачепило» (зіпсувало або поліпшило настрій, стурбувало, збентежило, дуже сподобалося, викликало тривогу, роздратувало, інформація виявилася емоційно «ніякою»)?*

Кожен учасник має визначити подумки цей епізод, вислів, зображення чогось/когось й *означити словом свою провідну емоцію* щодо цього стимулу, тобто максимально її уточнити й назвати. Прийом «упіймай емоцію» шляхом означення її словом – вербалізації – полегшує подальший емоційно-когнітивний аналіз сприйнятого.

Протягом 1-2 хвилин учасники за бажанням можуть висловитися щодо отриманих емоцій конкретного фрагмента або медіаконтенту в цілому.

Коментар. Перегляд художніх стрічок як більш емоційно тривалих і насичених медіатекстів, відповідно, потребує й більш детальної рефлексії емоцій і почуттів, що виникли в учасників групи протягом перегляду. Проте така рефлексія вже не обмежується роботою тільки з емоціями, почуттями – їх вербалізацією і раціоналізацією, а передбачає певні міркування щодо *зіставлення сприйнятого у фільмі і власного досвіду*. Така більш поглиблена рефлексія набуває вже елементів когнітивної. Когнітивно-емоційна рефлексія забезпечується системою запитань: не тільки *«що саме мене зачепило?»*, а й

«чому саме це мене зачепило?», «чому я саме так реагую на це?», «для чого мені особисто цей «досвід»?».

Розвинена здатність до когнітивно-емоційної рефлексії щодо переглянутого художнього медіаконтенту активізує не тільки саморегуляцію емоцій, почуттів, а й дозволяє комбатанту краще розуміти себе, стимулює до роздумів, до керування своїм внутрішнім світом.

Техніка «Неусвідомлене ототожнення з кіногероєм»

Метою цього ідентифікаційного підходу є неупереджене сприймання фільму і спонтанне природне ототожнення з «собі подібним» персонажем (або ситуацією); навчати учасників групи аналізувати поведінку, життєві цінності і смисли кіногероя, співставляти із власним досвідом для того, щоб за допомогою запропонованої емоційної, когнітивно-поведінкової моделі персонажу, вирішувати свої проблеми.

Процесуальна частина на етапі «вступу» і частково «реалізації» здійснюється у звичайний спосіб. *Вступне слово*, короткий анонс того, що будемо дивитися, настановлення на уважне сприймання. На етапі реалізації: *перегляд фільму, рефлексія емоцій і почуттів* щодо сприйнятого відбувається в традиційному форматі.

На аналітичному етапі є відмінності: *аналіз* переглянутого здійснюється подумки індивідуально (до п'яти хвилин) за одним із двох варіантів на вибір.

Перший варіант: підготовлені аркуші з надрукованими запитаннями роздати учасникам і дати їм декілька хвилин для короткого написання відповідей, а саме:

1. «На кого з персонажів фільму ти схожий / або з ким відчуваєш спорідненість?».

2. «Які ситуації у фільмі були схожі / або мали місце у твоєму досвіді?».

3. «Що з досвіду цього кіногероя ти хотів би запозичити для себе?».

4. «Чим би міг допомогти йому, якби був поруч із ним у фільмі? Що міг би порадити йому?».

Другий варіант: якщо немає можливості забезпечити анкетками, тоді модератор по черзі озвучує кожне запитання і дає до хвилини на його обдумування і формулювання відповіді.

Тільки після індивідуального опрацювання запитань як емоційно-когнітивного аналізу група переходить до спільного обговорення, яке можна організувати також за будь-яким варіантом на вибір:

1) *за послідовністю запитань:* обговорювати по черзі спочатку перше, потому – друге, третє і четверте питання;

2) *у вільній формі:* зазвичай починають «добровольці», за ними підтягуються до обговорення інші бажуючі; тих, хто не хоче брати участі в обговоренні, не чіпаємо: вони свій досвід «отримають», слухаючи інших учасників.

На завершальному етапі модератор настановлює учасників щодо самостійного формування в них ментальної звички: *пам'ятати і наслідувати* позитивні риси характеру персонажа, який сподобався, елементи його поведінки, вчинків; надалі самостійно *моделювати власну поведінку* відповідно до поведінки улюбленого героя. Крім того, і це найголовніше: окреслити загальні смисложиттєві цілі й конкретні життєві плани на найближче майбутнє зокрема.

Техніка «Свідоме ототожнення з кіногероєм»

Метою даного ідентифікаційного підходу є сфокусоване ототожнення глядача з кіногероєм (не обов'язково головним) та умовне «проживання» ним сюжетної лінії в процесі перегляду. Свідоме ототожнення з кіногероєм це спрямованість на виявлення умовної схожості емоційних реакцій, поведінки, вчинків кіногероя, його смисложиттєвих орієнтацій, особистих проблем, яким чином він їх вирішує і чи варто усе це (або дещо) наслідувати.

Зазначену техніку бажано проводити з учасниками не на перших заняттях, а коли вони вже мають досвід участі в медіаклубі, знайомі між собою, мають попередній досвід перегляду іншого фільму у форматі «несвідомого ототожнення з кіногероєм» або дивилися цей фільм раніше.

Перед початком перегляду на підготовчому етапі або напередодні запропонувати учасникам групи умови перегляду стрічки: 1) у процесі перегляду *обрати* кіногероя (або кіногероїню, або декількох кіногероїв), який подобається, щоб «прожити» у фільмі його життя; 2) уважно *спостерігати* за його емоціями, вчинками і паралельно *контролювати і запам'ятовувати* свої реакції в різних ситуаціях; 3) після перегляду *зробити висновки і донести* його у зрозумілій, переконливій формі до учасників групи (за бажанням) у процесі обговорення; вибудовувати життєві цілі ближнього майбутнього і окреслювати плани подальшої перспективи свого життя.

Формат передбачає можливість подумки поставити себе на місце кіногероя і подумки «прожити» частину його життя, його досвід, відтворені у фільмі. Зіставити репрезентовану психологічну модель емоцій, почуттів, мотивів поведінки, вчинків персонажу з проявами власних переживань, внутрішніх інтенцій, які виникали в різних епізодах у межах заданого сюжету. Виявити спільне, відмінності. Цей формат надає можливість комбатанту *побачити свої внутрішні проблеми* з позиції кіногероя, усвідомити їх, проаналізувати та за бажанням запланувати їх вирішення. Під час обговорення цікавим і корисним буде саме обмін враженнями щодо «проживання життя кіногероя» різними глядачами.

Також важливо поділитися своїми враженнями і відчуттями з іншими учасниками групи, послухати інших. Відчути, що ти такий не один. Оскільки обговорення відбувається не про особисту проблему, а про тип проблеми і у кіногероя зокрема, це допомагає людині регулювати саморозкриття: вона отримує можливість говорити про проблему, не як про свою, а як про проблему персонажів з медіа, безпечно давати проекцію своєї ситуації, що створює умови безпечної ситуації для комунікацій. Чим більше людина

ідентифікує себе з медіаперсонажем чи сюжетом, тим більше в неї можливості говорити про себе і приймати самовизначення виходячи з того, що вона отримала в групі стосовно цього персонажа.

Інші засоби перегляду фільмів у контексті саморегуляції

Додатковий інструментарій у проведенні медіаклубних занять також надає можливість зорієнтувати учасників медіаклубу на саморегуляцію внутрішніх проблем та їх вирішення, спрямувати на загальні життєві цілі, оптимальну соціалізацію.

Техніка «Елементи дебрифінгу в обговоренні фільму»

Аналіз й особливо обговорення фільму є не повною мірою структурованим процесом. Тому під час обговорення модератор може застосовувати серію питань з адекватною послідовністю, яка дозволяє учасникам медіаклубу більш конструктивно реагувати на: попередній перегляд, його опрацювання, зняття психологічної напруженості, особистої негативної винятковості під час обговорення, якщо таке є, та формування й узагальнення уявлень про результативність набутого смислового досвіду, побудову майбутнього оновлення смисложиттєвих орієнтацій.

Отже, питання, що структурують проведення медіаклубу з комбатантами, членами їхніх родин:

- 1) **обговорення вражень, почуттів, реакцій** (після рефлексії емоцій, почуттів);
- 2) **когнітивне опрацювання** досвіду, представленого у фільмі який отримали шляхом структурування інформації, реакції на неї (аналіз сприйнятого);
- 3) **зменшення індивідуального і групового напруження** (пояснення модератором деяких неоднозначних моментів у сюжеті, які могли викликати психологічне напруження);
- 4) **зменшення відчуття унікальності і не нормативності** власних реакцій (узагальнення набутого смислового досвіду на етапі завершення роботи);

5) **уточнення практичного досвіду** від роботи в групі в цілому, окреслення майбутніх перспектив особистого розвитку (завершення роботи).

Метод «Сінемалогічний аналіз у роботі з фільмами»

Сінемалогія – це практика спільного перегляду та обговорення спеціально відібраних фільмів, яка ставить за мету навчити глядача бути уважним до власних думок, поведінки та життєвих виборів. Об'єктом сінемалогії є не сам фільм, як культурний, мистецький продукт, гра акторів, а індивідуальна інтерпретація кінотвору й думок і поведінки кіногероїв глядачами. Метод допомагає учасникам медіаклубу актуалізувати свої внутрішні проблеми, подивитися на них збоку проаналізувати, усвідомити, закласти фундамент для змін без стороннього втручання.

Результатом застосування сінемалогічного методу є підвищення здатності особистості до критичного мислення, життєвих ситуацій, руйнування не функціональних стереотипів та ін. Сінемалогічний аналіз допомагає більш точно прочитати образне послання, оцінити свою поведінку, засвоїти уроки з чужих помилок і кіногероя зокрема (Чаплінська, 2020).

Метод сінемалогії має три основні етапи:

- 1) **уведення в тему**, обрану модератором і перегляд фільму за темою;
- 2) загальний аналіз фільму учасниками групи та головне – **обговорення власних переживань, реакцій** за планом модератора;
- 3) зворотний зв'язок від модератора: **роз'яснення** певних психологічних моментів фільму і **порівняння** їх із суб'єктивними реакціями учасників. Об'єктивація заданої теми.

Додаткові формати проведення медіаклубу див. у Додатку 7.1.

Узагальнюючи, можна сказати, що завдяки медіаклубу особистість отримує більш безпечну ситуацію для комунікації: заздалегідь людина не знає до чого призведе саморозкриття в групі, під які соціальні санкції, осуд, глузування вона підпаде. Водночас щодо медіа – це безпечна ситуація. Є можливість отримати всі плюси від комунікації: людина бачить зворотний

зв'язок від інших щодо представленої у фільмі проблеми кіногероя/героїв і тому має можливість не підставляти себе під оцінювання з боку інших. Тим самим така ситуація допомагає особистості уникнути оцінки інших, яка викликає тривогу, бажання ізоляції, бо людина не хоче повторних негативних відгуків, критичних коментарів, глузувань, які і так болять.

2.4. Саморегуляція психоемоційних станів членів сімей комбатантів

Відомо, що саме близьке оточення є запорукою психоемоційного відновлення комбатантів, як після участі у районі ведення антитерористичної операції та операції об'єднаних сил (АТО/ООС), так і під час служби у пунктах постійної дислокації (ППД) та виконання інших службових завдань поза ППД. Про це говорять і українські, і закордонні наукові дослідження (Дідик, 2018а). Саме тому у цьому розділі ми хочемо приділити більше уваги дружинам комбатантів, як особам, через подружнє спілкування з якими відбувається підтримка комбатантів на різних етапах несення служби та виконання службових завдань у місцях за призначенням.

З таблиці 2 бачимо, що всі труднощі, з якими можуть зіштовхнутися дружини комбатантів, умовно можна поділити на дві категорії:

- 1) власні переживання та емоційні стани, коли жінка хвилюється за дитину та чоловіка, і намагається впоратися з цим самотійно або за допомогою близьких людей (батьки, друзі, колеги) чи фахівців;
- 2) переживання стосовно спілкування і стосунків з чоловіком та дітьми у зв'язку з різними їхніми психоемоційними станами.

**Ймовірні проблеми у стосунках комбатантів на різних етапах виконання
службових завдань у районі ведення АТО/ООС**

Перед відправленням в АТО/ООС (2-3 тижні – 1 місяць)		Під час виконання завдань у районах ведення АТО/ООС (від 2-3 місяців і більше)		Після повернення (час варіюється)
Військовий	Дружина	Військовий	Дружина	Подружжя
Емоційне напруження через емоційно-поведінкові прояви дітей; Турботи через неординарні побутові моменти, які існують на момент відрядження (незавершений ремонт, сплата рахунків, допомога в побуті з дітьми тощо).	Страх дружини за життя чоловіка; Турботи через неординарні побутові моменти, які існують на момент відрядження (незавершений ремонт, сплата рахунків, допомога в побуті з дітьми тощо).	Невиправдані очікування в емоційній підтримці зі сторони дружини; Хвилювання за здоров'я рідних, поведінку дітей в школі та матеріальне забезпечення родини; Страх зради (частіше присутній у військовослужбовців, які нещодавно одружилися)	Невиправдані очікування в емоційній підтримці зі сторони чоловіка; Недовіра, страх зради та алкоголізації чоловіка, що виливається у конфлікти у телефонних розмовах (при поганих стосунках до АТО); Постійний стрес, втому у зв'язку з підвищеною відповідальністю за сімейні побутові питання, що виливається в соматичні захворювання та бажання, щоб в подальшому чоловік взагалі залишив службу.	Напружені стосунки в подружжі через замкненість та відчуження чоловіка або страх дружини через незвичні (в тому числі алкоголізація, побутова агресія) прояви поведінки чоловіка; Холодність у стосунках між батьком і дитиною; Недостатньо часу на дозвілля з родиною між службово-бойовими завданнями; Порушення інтимних стосунків

На основі цієї інформації ми визначаємо роль медіапсихологічних засобів для допомоги членам сімей комбатантів з огляду на такі завдання:

1) *саморегуляція психоемоційних станів*. Для цього можуть бути використані медіапсихологічні засоби, які демонструють психофізіологічні процеси в організмі під час стресу (відеоролики, фотозображення), та медіапсихологічні засоби, які демонструють можливість пошуку внутрішнього ресурсу, шляхи психоемоційного відновлення та вирішення внутрішнього конфлікту (нарізки з фільмів або відеоролики);

2) *психоедукація стосунків у родині*. Для цієї задачі можуть бути використані медіапсихологічні засоби у вигляді спеціально підібраних під конкретну задачу відеороликів або нарізок з фільмів (наприклад, прояви ПТСР: відчуження, ступор, флешбеки; депресивні прояви, агресія тощо - як розпізнати та як реагувати) або окремі відеоролики, спрямовані на задачу покращення подружнього спілкування .

2.4.1. Саморегуляція психоемоційних станів

за допомогою візуального медіаконтенту

Залежно від цілей, які ведучий групи прагне досягнути на конкретному занятті, використання медіаконтенту може відрізнитися. Ми розглянемо інструменти для психоедукації емоційних станів та використання медіаконтенту у процесі навчання технікам саморегуляції.

Психоедукація емоційних станів. Щоб підкреслити важливість самопомоги в стресових ситуаціях, можна використати відео тривалістю 4,5 хв. «*Як стрес впливає на ваш мозок (TED-Ed)*» (Додаток 8, у якому представлені всі посилання на нижче згадувані відео). У ролику пояснюється принцип дії гормонів та функціонування нервової системи в моменти стресу, рівень впливу надмірних стресів, які переживають батьки, на здоров'я їхніх дітей. Також у відео надаються рекомендації для подолання наслідків впливу надмірного стресу.

Також корисно буде обговорити звичні способи реагування учасників групи на нормальний та надмірний стрес. Це дасть змогу закріпити у присутніх уявлення про різницю між звичайним і надмірним стресом та визначити для себе принципи власної реакції, як на нормальний, так і на надмірний стрес.

Питання до обговорення після перегляду:

Які останні ситуації в житті були для вас з нормальним стресовим впливом, а які з надмірним, якщо такі були? За якими ознаками ви відносите їх до нормального або надмірного стресу?

Для поглиблення уявлень про стрес, можна також використати відео про три основні частини мозку та їх взаємодію у випадку стресової реакції організму (англійською з українськими субтитрами) *The Three Main Parts Of Your Brain by Dr. Russ Harris*. У цьому відео демонструється модель мозку на прикладі руки (hand model of the braine by Dan Siegel). Після перегляду відео для закріплення інформації пропонується всім учасникам на своїй руці повторити зображені реакції (Додаток 8.1).

«Вікно толерантності» – термін, що використовується для опису зони збудження, в якій людина здатна функціонувати найбільш ефективно. Коли люди знаходяться в цій зоні, вони, як правило, здатні легко отримувати, обробляти та інтегрувати інформацію, а також реагувати на вимоги повсякденного життя без особливих труднощів. Це оптимальне вікно вперше описав нейробіолог Dan J. Siegel (Dezelic, 2013).

Коли людина перебуває у вікні толерантності, як правило, мозок працює добре і може ефективно обробляти подразники. Ця людина може

розмірковувати, мислити раціонально і приймати рішення спокійно, не відчуючи себе ні перевантаженим, ні відстороненим. У часи сильних стресів люди часто відчують періоди гіпер- або гіпозбудження. Гіперзбудження, інакше відоме як відповідь «бий/біжи», часто характеризується підвищеною пильністю, почуттям тривоги та/або паніки та швидкими думками. Гіпозбудження або реакція "завмирання" може викликати почуття емоційного оніміння, порожнечі або паралічу.

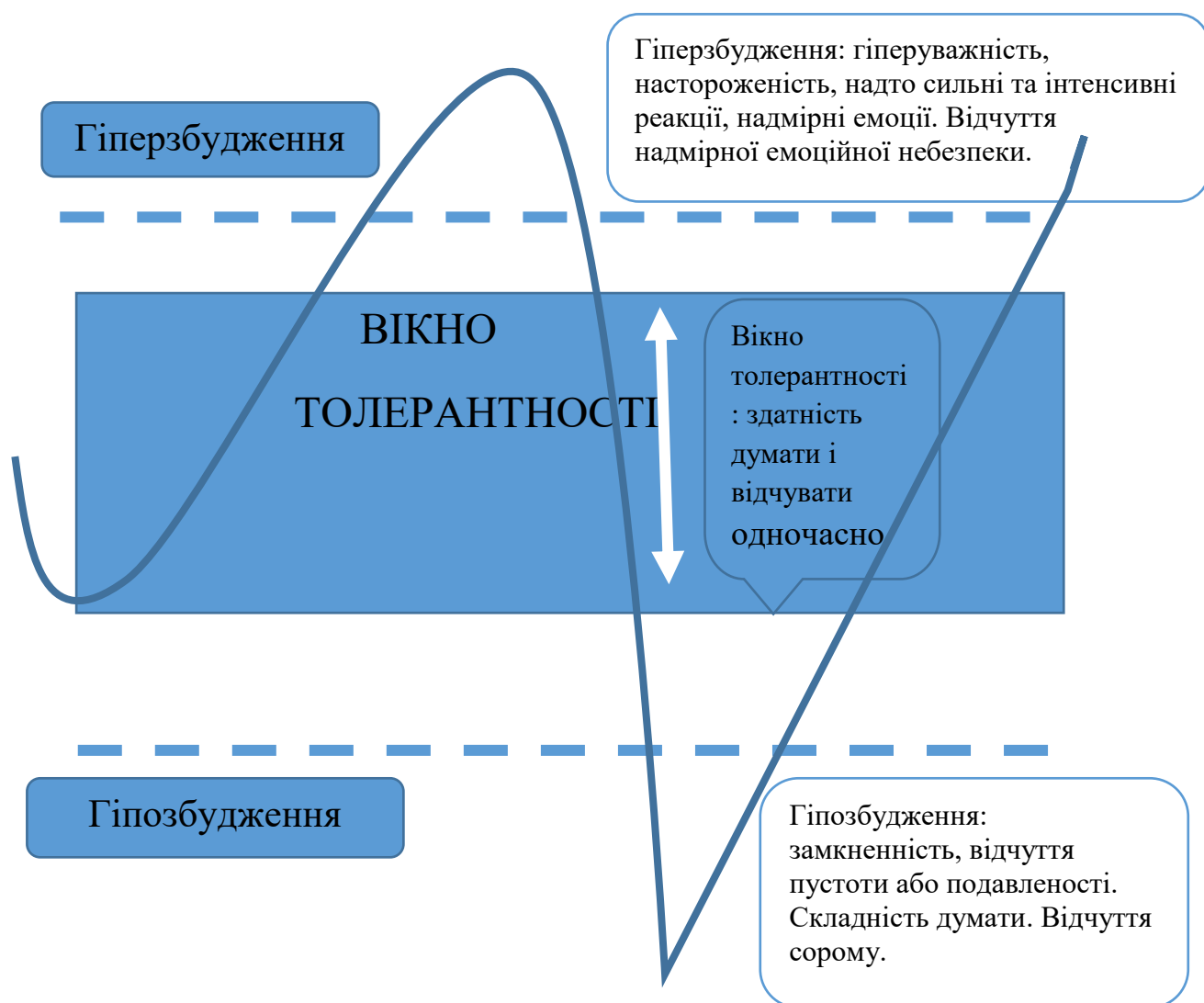


Рис.1 Схема «вікна толерантності»

У будь-якому з цих станів (гіпер- і гіпозбудження) людина не в змозі ефективно реагувати на подразники. Прифронтальна зона кори головного мозку вимикається таким чином, впливаючи на здатність раціонально мислити і часто призводить до розвитку порушення регуляції емоцій і

почуттів, які можуть мати форму хаотичних або надмірно жорстких відповідей. У ці періоди можна сказати, що людина знаходиться поза вікном толерантності.

Вікно толерантності у кожного різне. Ті, хто має вузьке вікно толерантності, часто можуть відчувати себе так, ніби мають емоційну напругу і їм важко управляти емоціями. Інші люди, з більш широким вікном толерантності, можуть впоратися з емоційним напруженням чи стресовими ситуаціями, не відчуваючи ніякого особливого впливу на своє функціонування. На вікно толерантності також може впливати навколишнє середовище: люди, як правило, більше здатні залишатися всередині вікна, коли відчувають себе в безпеці та підтримці.

Більшість людей час від часу рухаються між цими різними станами збудження (гіпер- та гіпозбудження). Травма та/або екстремальний стрес часто збільшують імовірність для людини бути або гіпер-, або гіпозбудженою. Стрес, спричинений травматичною чи іншою негативною подією може призвести до «виштовхування» людини з «вікна толерантності». Люди, які пережили травматичну подію, можуть реагувати на стресори, навіть незначні, надзвичайним гіпер- або гіпозбудженням. У результаті їхнього негативного досвіду, вони можуть повірити, що світ небезпечний, а їхнє «вікно толерантності» у результаті стає більш вузьким або негнучким.

Звужене вікно толерантності може змусити людей сприймати небезпеку більш чутливо та реагувати на реальні та уявні загрози або через відповідь «бий/біжи», або через відповідь «завмри». У людей, які часто знаходяться поза вікном толерантності, можуть виникнути проблеми з психічним здоров'ям, такі як депресія та тривога. У людини, яка часто перебуває у стані гіперзбудження, можуть розвинути симптоми посттравматичного стресу, такі як флешбеки, кошмари та дереалізація. Людина, яка часто перебуває у стані гіпозбудження, може мати дисоціації, мати проблеми з пам'яттю та відчувати деперсоналізацію. Тому завдання

технік саморегуляції – розширювати «вікно толерантності» і тим самим давати особистості внутрішній ресурс для адекватної реакції на стресову подію, без надмірного виснаження для організму.

Особам з порушеним вікном толерантності щоб повернутися до свого вікна толерантності варто використовувати техніки саморегуляції. Це можуть бути будь-які техніки заземлення, дихальні вправи та вправи з тілесно-орієнтованої терапії, які радить фахівець. Зосередивши увагу на фізичних відчуттях, які переживаються «тут і зараз», люди мають змогу залишатися в сьогоденні, дає змогу заспокоїти себе та ефективно впоратися з надмірним гіпер- або гіпозбудженням.

Для кращого пояснення принципу «вікна толерантності» можна використати відеоролик *«Вікно толерантності «Річка життя і казка про дві землі»* (Додаток 8.1).

У відео зображено панду яка пливе по «річці життя». Час від часу вона випливає за кордони своєї річки, потрапляючи на «землю вогню», де переживає симптоми гіперзбудження, та на «землю льоду», де переживає симптоми гіпозбудження. Для розширення кордонів своєї річки життя панда зупиняється на острові, де відновлюється за допомогою технік саморегуляції.

Техніки тілесно-орієнтованої терапії для саморегуляції та психоемоційного розвантаження

Для психоемоційного розвантаження можна використовувати техніки тілесно-орієнтованої терапії, оскільки емоційно значущі переживання «врастають у пам'ять тіла» і фіксуються в ньому. У тілесній терапії вважають, що травми і розчарування, накопичуючись, спричиняють за собою розлад між почуттями, розумом і тілом. Людина починає відчувати, що вона нецілісна, втратила контакт з собою або її не задовільняє якість цього контакту. Психологічна втрата контакту з собою тотожна втраті контакту з тілом, а в процесі застосування технік тілесно-орієнтованої терапії людина розвиває здатність відчувати свою чуттєву природу. Тілесна терапія формує

міст між думками, діями та емоціями і тим самим дає можливість їх усвідомити та змінювати. Це, в свою чергу, дає змогу знайти внутрішні ресурси для необхідних змін. (Малкіна-Пых, 2007, с. 3).

За визначенням відомих фахівців по роботі з наслідками психологічної травми, регулярні тілесні практики збільшують активність основних елементів системи саморегуляції – островка і медіальної префронтальної кори головного мозку (Левин, 2020; Van der Kolk, 2014). Розвиток чуттєвого сприйняття є важливим елементом виліковування при психологічних травмах, оскільки в їхній основі лежить суть реакцій нашого організму: емоційні стани, які впливають на хімічні процеси в тілі, на органи, на напруження поперечно-смугастих м'язів обличчя, шиї, тулуба, кінцівок (Van der Kolk, 2014). Водночас, коли в людини комфортний зв'язок з її внутрішніми відчуттями – коли вона їм довіряє, вона відчуває контроль над власним тілом, почуттями і власним «Я». Розуміння того, що ми відчуваємо, є першим кроком у розумінні того, чому ми це так відчуваємо. Якщо ми усвідомлюємо постійні зміни всередині і ззовні, то ми в стані вчиняти активні дії для їх контролю. Це є основою «втіленої емоційності» (Van der Kolk, 2014). та «втіленого сприйняття емоцій» (Neal, Chartrand, 2011).

Найбільш поширені техніки саморегуляції психоемоційних станів.

1. «Заземлення»:

- Відчути спиною спинку стільця, порухати пальцями рук, порухати сідницями на стільці, покласти руки на коліна, відчути як вони лежать на колінах порухати пальцями, злегка постукати ногами по підлозі, порозтирати долоні.
- Знайти та назвати вголос або подумки в приміщенні 5 речей, які можна побачити, роздивитися їх; 4 – яких можна торкнутися; 3 – які можна почути; 2 – які можна понюхати; 1 – яку можна відчути на смак.

- Регуляція «блуждаючого нерва» (Vagus): вмитися холодною водою, погудіти, торкаючись язиком піднебіння, повільне глибоке дихання діафрагмою.

2. *Методика керованої психофізіологічної саморегуляції, синхροгiмнастика «Ключ» Хасая Алієва.* Методика розроблена лікарем Хасаєм Алієвим 1981 року в Центрі підготовки космонавтів. Повною мірою методику застосовують з 1985 року. Широко використовується у військовій сфері, у системі запобігання надзвичайним ситуаціям, на промислових підприємствах, у навчальних закладах та рекомендована для всіх осіб, які так чи інакше зіштовхуються з емоційним напруженням та стресом (Кісарчук у співавт., 2015, с. 43).

Ця методика є способом формування нервової стійкості до стресових станів та швидким способом відновлення після стресу. Суть методики полягає в синхронізації рухової активності людини з її актуальним психоемоційним станом. Зазначені вправи можна використовувати в комплексі або окремо, залежно від умов.

Як працює методика «Ключ». Це спеціальні напівавтоматичні рухи, які схожі до тих, що люди самі інстинктивно виконують у стані хвилювання чи напруження: хтось під час напруження починає ходити, хтось – хитати ногою, стукати пальцями гойдатися усім тілом, діти часто гойдаються на стільцях. Ці несвідомі автоматичні рухи не є випадковими, нас і наших дітей їх спонукає робити мозок. Так мозок підказує спосіб для зняття напруги та відновлення втраченої внутрішньої рівноваги. Але прийоми «Ключа» відрізняються від звичайних нервових рухів, тому що виконуються в іншій – усвідомленій формі. Такі рухи називаються ідіомоторними. Освоюючи управління ідеомоторними рухами, людина здобуває здатність керувати своїм станом. Іншими словами, людина свідомо вводить себе в стан, в якому вона здатна керувати своїми психофізіологічними реакціями та станами. На однойменному Youtube-каналі «Метод "Ключ" Хасая Алієва» можна ознайомитися з методикою та історією її створення від автора (Додаток 8.2).

3. *Техніка «Дихання по квадрату».* Техніка «Дихання по квадрату» є технікою саморегуляції, яку можна використовувати як для вирівнювання емоційних станів в конкретний момент часу, так і для тренування опірності організму до стресових ситуацій у цілому. Допомагає зняти хвилювання, емоційну напругу, покращує стан, допомагає досягнути повної концентрації уваги та відновлення. Техніку можна робити сидячи, стоячи, під час прогулянки. Варто попередити, що після першого разу може бути легке запаморочення, кашель або позіхання. Також цих проявів може не бути. Це все нормальні процеси. Вдих потрібно робити носом, видих – ротом. Для отримання позитивного ефекту, дихати потрібно діафрагмою. Варіації техніки можна переглянути у Додатку 8.2.

4. *Прогресивна м'язова релаксація (розслаблення за Джекобсоном, комплекс вправ)* – метод, запропонований американським лікарем Едмундом Джекобсоном. Джекобсон виходив із загальновідомого факту, що емоційна напруга супроводжується напругою поперечно смугастих м'язів, а заспокоєння – їх релаксацією: розслаблення мускулатури супроводжується зниженням нервово-м'язової напруги. Під релаксацією Джекобсон розумів не тільки релаксацію м'язів, а й стан, протилежний психічній активності (Кісарчук у співавт, 2015, с. 178).

В основі методу прогресивної м'язової релаксації лежить використання системи вправ, що складаються із чергування напруги та розслаблення різних груп м'язів окремо: обличчя, шиї та рук, спини і живота, ніг (стегна, гомілки, стопи). Обов'язковою умовою засвоєння методики є концентрація уваги на процесі послідовного напруження та розслаблення і особливо на відчуттях, що виникають під час переходу стану м'язів від напруженого стану до розслабленого.

За умови виконання хоча б кількох вправ щодня по кілька хвилин суттєво покращується загальний психоемоційний стан та підвищується резистентність до стресу.

Методика заснована на тому, що поперемінне напруження і розслаблення м'язів дозволяє порівнювати ці два стани та полегшує навчання релаксації. Крім того, вважається, що напруження м'язів перед спробою їхнього розслаблення може давати додатковий імпульс, що дозволяє досягати більш глибокого розслаблення.

Оскільки наші психіка і тіло – єдине ціле, то нервово-м'язове перенапруження сприяє підвищенню психічної (емоційної) напруги та дратівливості. Якщо людина, перебуваючи в такому стані, намагається розслабитися, вона часто досягає зовсім протилежного результату. Загальне розслаблення, особливо пережите в психічному аспекті, можливо лише за умови релаксації усіх кістякових м'язів.

Відео з однією із модифікацій техніки та поясненнями до її використання можна переглянути за посиланням, вказаним у Додатку 8.2.

Особливості застосування технік саморегуляції в груповій роботі з використанням медіапсихологічних засобів

1. Після перегляду медіаконтенту, який викликає хвилюючі емоційні стани.
2. На початку групової роботи (після знайомства та озвучення мети поточної зустрічі) для вирівнювання емоційного стану учасників.
3. Наприкінці групової роботи для відновлення ресурсного стану учасників.
4. У будь-який момент групової роботи, коли доречно дати змогу учасникам відпочити, переключити увагу, або вирівняти загальний емоційний фон групи.
5. Послідовність технік не має значення. Доречність визначається ведучим групи.
6. За необхідності можна використовувати техніки одна за одною. Тоді варто почати із технік «заземлення» та «дихання по квадрату», далі

використати кілька вправ з «Ключа» Алієва (маятник, млин, лижник), і закінчити прогресивною релаксацією за Джекобсоном.

7. За одну зустріч рекомендується робити кожен з технік не більше одного разу.

8. При використанні будь-яких технік саморегуляції необхідно попередньо пояснювати можливі побічні прояви (позіхання, сонливість, запаморочення тощо) та повідомляти протипоказання до застосування.

Протипоказань щодо використання технік «Квадратне дихання» і «Ключ» Алієва немає, а при виконанні вправ з прогресивної релаксації за Джекобсоном сила стиснення має бути достатньою, але разом з тим прийнятною для кожного індивідуально, без надмірних больових відчуттів. У разі нещодавно перенесених операцій (свіжі шви) вправи на стиснення/розтиснення не рекомендуються. За наявності сумнівів у використанні тих чи інших технік варто рекомендувати консультацію лікаря.

Критерії ефективності використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі з дружинами комбатантів, спрямованих на саморегуляцію психоемоційних станів:

Уявлення про свій стан – відображає наскільки жінка адекватно оцінює свій психоемоційний стан. Наприклад, до заняття було уявлення, що якщо більше 4-х годин уночі не спить протягом кількох місяців – це нормально, після заняття з'явилося усвідомлення, що ця ситуація потребує уваги та врегулювання.

Знання про застосування – отримано знання, при яких емоційних проявах, які техніки саморегуляції варто використовувати.

Готовність до використання отриманих знань – готовність використовувати отримані знання у повсякденному житті.

Бажання поділитися інформацією з іншими – бажання поділитися інформацією та продемонструвати техніку близькому оточенню, в тому числі членам сім'ї.

Щоб з'ясувати ефективність проведення групової роботи, доцільно підбивати короткі підсумки щодо кожної вправи: *Чи було якесь нове усвідомлення про свій стан під час цієї вправи? У яких ситуаціях ви можете використовувати цю техніку? Чи може бути корисною ця техніка в повсякденному житті?*

Важливо оцінювати результат проведеної роботи також під час підсумкового обговорення. Такий формат завершення зустрічі дає змогу учасникам висловити думки та емоції, які залишилися стосовно теми зустрічі. Відповіді на поставлені питання дадуть у підсумку розуміння рівня ефективності проведеного заняття.

Для підсумкового обговорення можна використати питання:
Що нового ви для себе сьогодні дізналися? Чи було щось нове про себе, що ви сьогодні усвідомили? Наскільки легкими видаються вправи і чи є готовність їх використовувати щоденно? Чи отримали ви сьогодні щось таке, чим хочеться поділитися з близькими, можливо з друзями, або членами сім'ї?

2.4.2. Психоедукація стосунків у родині за допомогою візуального медіаконтенту

Психоедукація стосунків у родині спрямована на поглиблення знань про те як: покращити подружнє спілкування; реагувати на різні можливі прояви поведінки чоловіка (зловживання психоактивними речовинами, відчуження, ступор, депресивні прояви, агресія, тощо); як налагодити стосунки чоловіка зі своєю дитиною; як комунікувати по телефону під час несення комбатантом служби; як реагувати на інформацію з медіа тощо. Для цього можуть бути використані медіапсихологічні засоби у вигляді спеціально підібраних під конкретну задачу відеороликів або нарізок з фільмів.

Для зручності ми розділили медіапсихологічні засоби на два блоки:

1. Інформація про можливі прояви поведінки чоловіка комбатанта;
2. Подружні стосунки.

Інформування дружин комбатантів про можливі прояви поведінки чоловіка варто починати з роз'яснення про те, що відбувається у мозку людини, що пережила травматизацію. Це допоможе посилити уявлення учасників про причини прояву тих чи інших симптомів. Для демонстрації доцільно використати анімоване відео-пояснення «Лімбічний мозок та його роль у травмі» (Додаток 8.1).

Після перегляду цього відео варто обговорити, що нового для себе дізналися учасники

Наступним корисним матеріалом до цього блоку може бути «Психологія посттравматичного стресового розладу» (Додаток 8.1). Після перегляду запропонованого відео рекомендується провести обговорення.

Питання до обговорення: *Чи доводилось вам колись спостерігати прояви ПТСР? Про що говорять такі прояви?*

Також допоміжним може бути анімоване відео *Destiny - Animation Short* (Додаток 8.1), про те, що переживає людина, якій сняться кошмари. Ефективним буде доповнити це відео обговоренням досвіду учасниць про те, *чи мають вони такий власний досвід, або чи доводилось їм бути свідками нічних кошмарів чоловіка і що допомагало впоратись з цією ситуацією.* Якщо серед відповідей звучать доцільні варіанти, вони узагальнюються та доповнюються фахівцем.

Після роботи з відео про ПТСР рекомендуємо використовувати техніки саморегуляції з використанням тілесно-орієнтованої терапії з попереднього розділу

Для більш поглибленої групової роботи, яка передбачає розмову про ознаки психотравматизації в учасників бойових дій,

можна використати епізоди фільмів, щоб показати, як можуть проявлятися в людини ті чи інші наслідки розладів адаптації, ГСР або ПТСР, та взаємодію з такою людиною. Для цього можна використати відеонарізки, розміщені на YouTube-каналі **Media Laboratorija** (Додаток 8.4), з назвами: «Уникнення», «Флеш-бек», «Тригер», «Підвищена тривожність», «Ступор» із фільму «Американський снайпер»; «Підтримувальна поведінка» із фільмів «Меган ліві» та «Дякую за службу»; «Реактивність», «Негативні когнітивні/емоційні порушення» з фільму «Дякую за службу».

Для використання вищеперерахованого медіаконтенту може бути використана методика **медіаклуб**, описана в розділі 2.3.

Важливо! Перш за все епізоди цих фільмів можуть бути для фахівців додатковим інструментарієм, що зображує симптоматику ПТСР чи розладів адаптації. Для того щоб використовувати ці епізоди в груповій роботі з дружинами комбатантів, ведучому групи потрібно бути впевненим, що він здатен впоратися з будь-якими емоційними проявами учасників групи після перегляду цих сюжетів.

Наприклад, епізод із фільму про те, як у чоловіка відбувається дисоціація і йому ввижається загиблий товариш, у сукупності зі звуковими ефектами фільму може викликати в учасниць власні переживання про власний досвід. Або епізод про правильну підтримувальну поведінку може сколихнути в учасниць почуття провини і думки, що вони свого часу зробили щось неправильно.

Тому епізоди з фільмів, які показують прояви поведінки людини, що переживає наслідки травми, і її взаємодію з близьким оточенням рекомендується використовувати, враховуючи соціально-психологічні передумови, зазначені в розділі 1.3.1.

Покращення якості подружнього спілкування з чоловіком-комбатантом.

Для цього можна використати серію коротких однохвилинних гумористичних роликів під назвою «Не судіть надто швидко» (Додаток 8.3). Серія цих відео підходить для групової роботи з будь-якою категорією учасників (див. розділ 1.3.1).

Перегляд такого контенту можна

використати для обговорення можливості різних точок зору членів подружжя на одну і ту ж ситуацію; обговорення конфліктних ситуацій, коли один з учасників конфлікту робить поспішні висновки, не розібравшись у деталях.

На продовження теми про взаєморозуміння можна переглянути гумористичне відео «Гвоздь в Голове!» (Додаток 8.3). Це відео дає змогу обговорити: принципи спілкування подружжя; чого очікує від розмови дружина або чоловік і як це відбувається насправді; готовність подружжя чути одне одного.

Для обговорення подружніх стосунків, у яких партнери вміють чути одне одного, можна використати приклад техніки активного слухання, представлений в епізоді гумористичного

Питання до обговорення:

Чи були у Вас в житті схожі випадки? Що б ви робили, якби були на місці свідка кінцевого кадру? Якою мала б бути конструктивна реакція і як її можна досягнути?

Питання до обговорення:

Що допомогло партнеру, який слухав, продемонструвати співрозмовнику, що він йому не байдужий? Чи використовуєте ви схожі прийоми спілкування і які саме? Чи можуть бути корисними позитивні приклади із цього відео у вашій комунікації з партнером?

Питання до обговорення:

На що для вас схожа ця ситуація? Чи спостерігали ви колись таку ситуацію? Чи мали ви досвід такого спілкування? Чому така комунікація може відбуватися? Якою мала б бути підтримувальна комунікація в такому випадку і що цьому може допомогти?

серіалу «Теорія великого вибуху». Після перегляду зазначеного відео проводиться обговорення різниці прийомів слухання героїнею на початку відео та в другій половині відео.

Для закріплення техніки «активного слухання» учасникам пропонується зробити вправу. Учасники групи діляться по парам. Один з партнерів – грає роль слухача, інший – розповідає власну ситуацію, яку готовий розповісти. Партнер, що слухає, використовує прийоми активного слухання. Через кілька хвилин партнери міняються ролями. Слухач, у разі виникнення емоцій у процесі слухання, фіксує їх на аркуші паперу (наприклад, захотілось сказати, що в мене теж таке було, коли партнер розповідав про переживання стосовно сну). Ці записи залишаються для обговорення в групі після завершення вправи.

Для психоедукації подружніх стосунків, у яких один з партнерів має досвід участі у бойових діях або має прояви ознак психотравматизації можна використати епізоди з фільмів «Американський снайпер», «Меган Ліві», «Дякую за службу», які зображують як проявляються ознаки психотравматизації чоловіка у подружньому спілкуванні і різні реакції дружин героїв на цю поведінку. Нижче наводимо перелік епізодів фільмів, які можуть використовуватись для певних тем обговорення.

- **«Американський снайпер»:** (51:16) – зустріч з дружиною після місії; (53:06) – дружина хоче піти на прогулянку, а чоловік не реагує на її прохання, реакція дружини; (56:12) – прохання дружини про те, щоб чоловік повернувся в сім'ю; (1:15:58) – дружина розмовляє з чоловіком перед його третьою місією про те, що він ментально не тут з ними, про ненависть до армії, яка забирає в неї чоловіка, про те, як війна змінила її чоловіка; (1:31:35) – при наступному відрядженні в місію розмова чоловіка з дружиною про те, що вона когось собі ще знайде, якщо він помре, дружина ставить ультиматум; (1:48:24) – дзвінок дружині про те, що готовий повернутися додому, дружина, будучи вагітною, чує стрілянину через слухавку телефону; (1:51:58) – дзвінок дружині телефоном і повідомлення про те, що звільнився,

але зараз хотів би побути наодинці, на що дружина відповідає «діти сумують, тебе не було вдома 9 місяців», у результаті чоловік плаче; (2:01:50) – слова підтримки від дружини: «Я так тобою пишаюсь!».

- «Дякую за службу» (2017): (10:22) – солдат приїхав додому, а його не чекали: вдома ані меблів, ані світла, як наслідок – панічна атака; (16:04) – розмова з дружиною про нову роботу і що «пропустив зростання дітей»; (18:20) – розмова з дружиною, у якій вона говорить: «не треба берегти мене, я впораюсь, головне – розповідай»; (44:15 – 46:15) – дружина допомагає заповнювати анкету ПТСР, підтримка дружини під час інтрузивних проявів та галюцинацій, спричинених тригерами; (46:45 – 50:30) дружина прочитала анкету ПТСР і дізналась про суїцидальні нахили свого чоловіка, її реакція; також в цій частині епізод про те, як під час інтимної близькості у чоловіка під дією тригера відбувся «флеш-бек»; (01:15:00- 01:19:22) – розмова з пораненим товаришем про те, як один душив дружину, а другий впустив сина на підлогу.

Для використання вищеперерахованого медіаконтенту може бути

Важливо! Епізоди з фільмів, які демонструють прояви поведінки людини, що переживає наслідки травми, і її взаємодію з близьким оточенням рекомендується використовувати, враховуючи соціально-психологічні передумови (див. розділ 1.3.1). Також рекомендуємо використовувати після роботи з таким медіаконтентом техніки саморегуляції із застосуванням тілесно-орієнтованої терапії з попереднього розділу. Такий контент рекомендується застосовувати лише після попереднього перегляду та аналізу доцільності застосування на конкретному етапі групової роботи з певною категорією учасників.

використана методика «**Медіаклуб**», описана в розділі 2.3.

Критерії ефективності використання медіапсихологічних ресурсів у груповій роботі з дружинами комбатантів, що спрямована на психоедукацію подружніх стосунків:

Уявлення про ситуацію – відображає, наскільки уявлення про ситуацію відповідає реальності. Наприклад, до заняття було уявлення, що при ПТСР

обов'язково має бути агресія, після заняття стало зрозуміло, що прояви можуть бути іншими.

Знання щодо реагування – отримано нові знання, як реагувати на певну поведінку чоловіка (наприклад, коли чоловік уві сні кричить).

Готовність до використання отриманих знань – готовність спробувати використовувати отримані знання у конкретних ситуаціях.

Бажання поділитися інформацією з іншими (дітьми, подругами).

Для з'ясування ефективності проведення групової роботи з використанням медіапсихологічних засобів, спрямованих на психоедукацію подружніх стосунків доцільно використовувати короткі підсумки після кожного блоку.

Також важливо оцінювати результат проведеної роботи за висловлюваннями учасників під час підсумкових обговорень. Такий формат завершення зустрічі дає змогу учасникам висловити думки та емоції, які залишилися щодо теми зустрічі.

Після завершення групової роботи із обговоренням теми подружнього спілкування, доцільно **підбити підсумки**, поставивши запитання на зразок: *«Про що вас спонукала задуматися наша сьогоднішня зустріч?», «Чи може бути інформація, яку сьогодні обговорювали, для вас корисною?», «Як ви вважаєте, чи доцільно поділитись отриманою інформацією із чоловіком або друзями?», «Які отримані сьогодні знання ви готові використовувати у вашому повсякденному житті?»*. Залежно від теми зустрічі можна використати також запитання: *«Що нового ви для себе сьогодні дізналися?», «Чи було щось нове, що допомогло краще зрозуміти причини проявів зміненої поведінки чоловіка?», «Чи отримали ви сьогодні щось таке, що хочеться*

Підсумкові питання для кожного блоку: *Чи було щось нове, що ви для себе відкрили під час нашого обговорення? Що з того, що обговорювалось, може бути для вас корисним у повсякденному спілкуванні? Чи з'явилося якесь нове усвідомлення під час перегляду цього відео?*

спробувати у повсякденному житті?», «*Чи отримали ви сьогодні щось таке, чим хочеться поділитися з близькими, можливо з друзями або членами сім'ї ?*». Відповіді на поставлені запитання дадуть у підсумку розуміння рівня ефективності проведеного заняття.

2.5. Медіаторність комбатантів як додатковий психологічний ресурс подолання травми

Медіаторність як ресурс охоплює творче медіасприймання і творення власного медіапродукту. Її провідними функціями є *розширення комунікативних* можливостей, здійснення *самореалізації* особистості, забезпечення такими інтелектуальними емоціями, як натхнення, задоволення, радість, наснага, що, відповідно, покращує внутрішній стан людини. Усе це сприяє оптимізації самовідновлення особистості – актуалізації наявних психологічних ресурсів і віднаходженню нових (Череповська, 2018b).

Якщо будь-якій пересічній людині запропонувати намалювати картину, створити скульптуру, написати книгу, скласти мелодію або щось подібне, то спочатку вона буде, як мінімум, здивована, а потому, знітившись, повідомить, що не вміє цього робити. Інша справа, якщо процес творення перенести у площину сучасних технологій і смартфони зокрема, тоді, як-то кажуть: «на кнопки може тиснути кожен»... Тобто відзняти світлинку – «будь ласка, елементарно!»; написати пост і оздобити його графікою, «скачаною» з інтернету, – «нема простішого завдання!»; відзняти тематичне відео – «та нема проблем!»; створити слайд-шоу, «написати» або підібрати музичний супровід до нього – «та легко, тільки треба трохи поколупатися у програмах» і таке подібне. Отже, новітні технології, окрім своїх основних функцій комунікації, збереженні і передаванні інформації на відстань, її тиражуванні, надають людині можливість займатися медіаторністю – створювати як інформацію, так і віртуальні медіапродукти.

2.5.1. Що таке медіаторність та її роль у відновленні психологічного комфорту комбатанта

Декілька слів про медіаторність. Феномен медіаторності виник разом з винаходом першого медіапристрою і створенням за його допомогою образно-сислового речового продукту. Так, фотокамера обумовила появу фотографічного зображення – світлини, яка зберігала інформацію про відзнятий об'єкт, її можна було копіювати, тиражувати. У свою чергу, кінокамера разом з проекційною технікою спричинила появу рухомого зображення – фільму. Телебачення вже не тільки зберігало, копіювало, тиражувало візуальну інформацію, а й здійснювало її пряму трансляцію, передаючи на значну відстань. Створення медіапристроїв і медіапродукції (як інформації) є результатом творчої діяльності людини – *медіаторності*.

Новітні комп'ютерні технології та інтернет поєднали в собі усі функції попередніх медіазасобів, надали людині нові можливості як у споживанні, творенні інформації, так і в опосередкованому спілкуванні. Це сприяло трансформації медіаторності у новий формат – масову аматорську медіаторність.

Проте медіаторність – це не тільки творення технологій та культурної інформації в її різноманітних форматах і жанрах. Творчість в галузі медіа передбачає ще й *творче медіасприймання*. Медіасприймання, на відміну від пристроїв і технологій, має психічну нематеріальну природу і здійснюється у межах емоційно-когнітивної сфери людини. Медіасприймання відрізняється від звичайного сприймання тим, що об'єкт медіасприйняття є обов'язково обумовленим конкретним медіазасобом та інформаційним медіапродуктом, який ми сприймаємо через екран (телевізора, телефону, монітора, у кінозалі).

Якщо медіасприймання передбачає розуміння інформації, опосередкованої медіа, її осмислення, то *творче медіасприймання* становить вже *переосмислення* сприйнятого, його мисленнєве *перетворення*. Результатом творчого медіасприймання – його творчим «продуктом» є

виникнення у медіаспоживача аналогій, не тривіальних висновків, нових думок, оригінальних ідей, «перенесення» сприйнятого досвіду у практичне життя, у створення нових цінностей і смислів (Череповська, 2010; 2014).

Виникає закономірне питання, а навіщо саме комбатантам потрібно займатися медіаторчістю? Коротко пояснимо загальну природу творчості як такої. Найпростішим визначенням творчості є створення чогось нового.

Якщо суть «натуральної» творчості полягає у грі з можливостями створення суб'єктивно нового продукту, коли дитина або людина робить щось вперше, натомість «культурна» творчість полягає у діалозі з культурою і привнесення в неї об'єктивно нового продукту. Найновіші теорії творчості постулюють саме необхідність виходу творчого процесу за рамки індивідуальності і входження його у діалог із зовнішнім світом, визначають творчість як «мужню зустріч людини із світом». Творчість усе частіше починає розглядатися не як процес і навіть не як діяльність, проте як *характеристика особистості, образ або стиль її життя, спосіб взаємовідносин із світом* (Леонт'єв, 2004). Саме тому творчість, як характеристика особистості, наприклад, у термінах само актуалізації людини, що вже виказує її визначальний творчий потенціал, є дуже важливою для людини – для її становлення як людини, для гармонізації її внутрішнього світу (Маслоу, 1999).

Усі вище зазначені підходи до творчості опосередковано підкріплюються психофізіологічними важелями. Так, створення будь-якого продукту і медіапродукту у тому числі, забезпечується такими інтелектуальними емоціями, як *натхнення, задоволення, радість, наснага*. Саме ці почуття, які властиві творчому процесу, підвищують рівень групи ендорфінів, серотоніну у крові людини – гормонів «радість», «щастя» (Ильин, 2009). Саме вони покращують внутрішній стан людини-творця – як професіонала, так і аматора. Тут варто зауважити, що саме ці емоції зовсім не завадять і нашим комбатантам.

Тому можливість самоактуалізації, підвищений стан душі («Це я зробив!») і як результат – психологічний комфорт, становлять психологічний ресурс творчості загалом. У свою чергу, медіаторчість, як креативність медіасприймання і творення медіапродукту є додатковим психологічним ресурсом відновлення і набуття нових смислів життя.

2.5.2. Види медіаторчості комбатантів

До творчої медіапродукції комбатантів можна віднести світлини, колажі, аматорське відео, візуально оформлені пости в соціальних мережах та ін.

Як зазначалося вище, продуктивна медіаторчість передбачає створення образно-сміслового продукту за допомогою медіазасобів, який має речову основу (друкована світлина, плівка) або цифровий формат, який за бажання можна зберегти на цифровому носії (флешці, диску), у мережевому «сховищі» чи «відпустити у вільне плавання хвилями» інформаційного простору.

Медіаторчість комбатантів представлена переважно світлинами та аматорським відео, що розміщуються і поширюються в інтернеті (наприклад, в YouTube), соціальних мережах. Феномен аматорського відео саме комбатантів заслуговує на окрему увагу.

Медіаторчість військових має добре виражені, властиві саме цій соціально-професійній групі особливості.

Передусім це, як правило, *документальний формат* відео, хоча іноді трапляється і *документально-постановочний*. За змістом відео майже завжди представлено *воєнною тематикою*: воєнними діями як пересуванням військової техніки, дією зброї всіх її видів, руйнацією об'єктів супротивника; «роботою» військових; буденним життям на війні, воєнним побутом тощо.

Не менш важлива ознака відеоролика – його *мова*, характерною ознакою якої є використання лайки, матюччя. Зі свого боку зауважимо, що ненормативна лексика військових, як універсальне швидке вираження

інтенсивних емоцій, є природним відображенням бруду самої війни, це – «мова війни». Часто-густо бруталністю відмічається й *гумор військових*, що є цілком зрозуміло: екстремальні умови війни, специфіка професії військових стимулюють цей феномен.

На окрему увагу заслуговує звук і *музика* відео. Звуки гуркотіння військової техніки «на ходу», працюючої потужної зброї, вибухів, стрілянини, голосні команди є досить типовими для аматорського відео комбатантів. Музичне оформлення ролика найчастіше представлене авторською піснею самих військових, сучасними популярними українськими піснями, а також піснями улюблених українських і світових рок-гуртів.

Щодо ціннісного аспекту відеопродукції комбатантів. Творчий медіапродукт варіює від простеньких, скомпільованих відео роликів до більш складних у структурному і візуальному планах. За своїм образно-смысловим наповненням багато роликів чітко становлять зразок «білої», мілітарної пропаганди, яка славить збройні сили України та її захисників. Є ролики, які тяжіють до більш професійного відео, в якому вже проглядає сценарій, оригінальний, певною мірою, гумористичний сюжет, постановочне фільмування, складні операторські ракурси, візуальні і звукові спец ефекти.

У соціокультурному аспекті продуктивна аматорська медіаторчість комбатантів у цілому наслідує традиційні способи постмодерного мистецтва: *запозичення і компіляцію*. Проте в історичному плані вона вже становить безцінний документальний матеріал часів російсько-української війни 2014–...(?) років. У психологічній площині ми розуміємо медіаторчість військових як суб'єктивно значущу саме для них. Самі ж комбатанти вважають аматорське відео колег по зброї більш «правдивим», «справжнім», ніж створене професіоналами (наприклад, дехто з них вважає нереалістичними такі ігрові стрічки, як «Кіборги» (2017), «Позивний Бандерас» (2018) та ін.). Вважаємо, щоб підняти візуальну культуру комбатантів, їм треба пояснити, що у кожного формату – документального і художнього – є своя мета і свої засоби зображення реальності, своя певна

аудиторія. *Фіксація реальності* та образно-сміслова *інтерпретація цієї реальності* – різні речі.

Передусім треба розуміти, що процес продуктивного медіаторення комбатантів є важливим і корисним саме для них самих. Крім гормонів «радості» і «щастя», властивих творчому процесу, які, до речі, є однією з передумов профілактики бойових стресів, травм війни, медіаторність оптимізує дозвілля, спрямовує на конструктивну діяльність, сприяє особистісному зростанню особистості, оптимізує саморегуляцію.

До медіаторності комбатантів також можна віднести і *блогерство*: ведення і публікацію в мережі записів, щоденників, що фіксують події, думки, певні ідеї. Цей вид медіаторності з одного боку, так би мовити, є більш літературним, проте саме поширення записаного в гаджеті часто-густо стає доступним великій кількості користувачів мережі. А іноді трансформується навіть у реальні продукти – друковані книжки, самі ж комбатанти перетворюються на справжніх письменників. Наприклад, «Кава з присмаком попелу» Олексія Петрова, «Щоденник нелегального солдата» Олени Білозерської, «Іловайський щоденник», «Війна, якої не було» Романа Зіненка, «Піхота» (три! томи) Мартіна Бреста, «Позивний Касандра» Оксани Чорної, «Танок смерті» Ігоря Михайлишина, «Грязь»/«Хакі» Сергія Сайгона та багато-багато інших (Додаток 9.2).

Менш вражаючою, проте більш поширеною є аматорська медіаторність, представлена у світлинах про життя і побут на війні, які вже самі по собі становлять історичну цінність, а також є певним «духовно-цифровим капіталом» для свого творця.

Серед багатьох світлин виокремлюється жанр «цифрованої інсталяції», що охоплює: *створення в реальності* хлопцями певного образного об'єкта з доступних предметів (переважно гільз, уламків техніки, рідше – з прапорів, зброї); знімається на гаджет, тобто *цифрується* і викладається у *віртуальну реальність* мережі. До речі, усе, що цифрується і викладається в мережу, набуває статусу медіаторного продукту. Те саме стосується малюнків,

картин, створених «руками» в реальному світі, які за допомогою технологій цифруються і потрапляють у світ віртуальний (Додаток 9.1).

У свою чергу, продукт творчого медіасприймання, що розглядається як творча інтерпретація прочитаного, будь-якого переглянутого медіаконтенту, є не тільки влучною думкою, оригінальною ідеєю щодо сприйнятого, а й тягне за собою його обов'язкову вербалізацію та оприлюднення в мережі. Це може бути оригінальний або смішний коментар, ґрунтовний пост нетривіальної ідеї, незвичного ставлення до чогось (події, особистості, життєвої ситуації).

Збираючи певну кількість «лайків» у мережі, медіапродукт надає своєму автору-аматору позитивних переживань, приємних комунікацій з друзями, однодумцями, що надихає його на подальші творчі дії.

Усе вищезазначене свідчить про те, що медіаторчість є ресурсом для кожного комбатанта, а відповідно, й одним із способів емоційної підтримки, ресурсом оптимізації його внутрішнього стану.

Тому стратегічним завданням психолога є стимулювати комбатантів до творчості і медіаторчості зокрема, а тактичним – озброїти відповідною стратегією.

Забезпечити стимулювання медіаторчості комбатантів можна за допомогою психологічного інструментарію. Це, зокрема, ефективне медіасприймання, що дає змогу самостійно інтерпретувати сприйняте, побачити нові смисли, збагатити ментальний досвід, а також надихає на продуктивну медіаторчість, підказує певні ідеї, засоби, прийоми. (І не забуваймо про гормони, які не тільки покращують настрій, а й посилюють імунну систему).

2.5.3. Практичні рекомендації щодо реалізації творчих задумів

Працюючи з комбатантами, які перебувають на етапі ресоціалізації, бажано проводити творчі групи з продуктивної медіаторчості та медіаклуби творчого сприймання фільмів. Розроблено спеціальні методики і

рекомендації щодо умов створення таких груп комбатантів і передумов проведення занять із застосуванням медіапсихологічних засобів.

На заняттях з медіаторчості можна переглядати: *відеоролики*, створені іншими комбатантами, аналізувати їхній зміст і те, як вони зроблені в технічному плані, яка ймовірна мета їх створення (Додаток 9.3).

Доречно запропонувати подивитися й обговорити медіаторчий доробок комбатантів:

1. Краш-тест Берців демісезонних Талан-ЗСУ від ДМБ-Лабораторії (10хв.12 сек.) / <https://www.youtube.com/watch?v=CIY1J2XPgkc&feature=share>
2. Краш-тест Труханів «Чоловіча білизна "Regata Club» (2 хв.11 сек.) / https://www.facebook.com/Regataclub.Ukraine/videos/1530640273754072/?eid=ARBVdcFGE MZtKUvzcCBWY_kUtQIJ9QAhQJSNFHDCIaJICjE0RF9TPb49j-bUDG4j5TJQtczU31nwezS
3. Прекрасний аматорський відео-кліп, створений українськими військовими на східному фронті (2 хв.41сек.) / <https://www.facebook.com/Mova.Online/videos/1255777641225890/UzpfSTeWMDAw MDQ0NTc1NDk5MT0xOTI0NjIxMjY3NTYyNzEz/?id=100000445754991>
4. Слава Україні! Героям слава! (3хв. 37сек.) / <https://www.youtube.com/watch?v=WVb77mhaYgU>
5. Ті самі «трусики» (26 сек.) / <https://www.facebook.com/Regataclub.Ukraine/videos/1666802300051436/UzpfSTeWMDAwM DQxMjU4ODQ2MT0yOTk0NTM5ODAzMjM2NDA5/>

Також можна запропонувати переглянути й обговорити цифровані *інсталяції**, цифровані *перформанси**, які створювалися комбатантами протягом війни, та проаналізувати їхню змістову ідею, тобто що хотів показати/сказати автор цього медіапродукту. (Приклади можна подивитися в Додатку 9.1, а також знайти в інтернеті інші медіапродукти, створені комбатантами).

З огляду на індивідуальний підхід усі охочі підвищити свою компетентність щодо створення відео можуть знайти в інтернеті уроки, лайфхаки на кшталт «Як зробити слайд-шоу?», «Як знімати відео?».

Загальною структурою таких занять для комбатантів є:

- 1) вступне слово про те, що і для чого вони будуть переглядати;
- 2) візуальна демонстрація будь-якої медіаторчої продукції, створеної саме комбатантами: фотографії, відео, музичні кліпи, у тому числі й медіатизованої – цифровані інсталяції, перформанси;

3) заохочення, мотивація щодо створення медіапродукції за прикладом інших комбатантів: «якщо вони змогли – зможете і ви!». Які ідеї виникли у вас? Як би ви це зробили? Що для цього вам потрібно?

(Такі заняття перегукуються із заняттями у розділі 2.1.1. Модуль 1. «Медіамистецтво в інтернеті»).

Іншою формою роботи є стимулювання особистої непродуктивної творчості – *творчого медіасприймання*. Так, творча інтерпретація документального, художнього медіаконтенту, і воєнного зокрема, стимулює здатність особистості до критичного осмислення життєвих ситуацій у фільмі, що допомагає їй руйнувати стереотипи і дає змогу конструктивно збагачувати власний смисловий досвід через сприйняття життя кіногероя. Внутрішньо «проживаючи» схему чужої моделі поведінки, аналізуючи й обговорюючи її в групі, комбатант може дещо запозичити, дещо відкинути, дечого навчитися в процесі долання власної травми. Така робота проводиться як у форматі традиційного медіаклубу, так і в його модифікованому форматі – «ототожнення з кіногероєм» (див. розділ 2.3.3).

Активізація творчого мислення

Кожній людині властиві універсальні мисленнєві дії, за допомогою яких вона може створювати нове й оригінальне в будь-якій сфері діяльності й у медіаторчій зокрема. Це передусім дії комбінування, аналогізування, реконструювання.

Комбінування ґрунтується за принципом *поєднання* різних елементів і передбачає кількісно-якісні зміни вихідних даних й утворення іншого, нового об'єкта.

Аналогізування засноване на *порівнянні* різних об'єктів, *виявленні схожості* між ними й *перенесенні* схожих за структурою, функцією якостей з одного об'єкта на інший, який утворюється.

Реконструювання – «конструювання навпаки» – базується за принципом інверсії: «перестановки», «перевертання» елементів об'єкта, що

приводить до утворення не лише нового об'єкта, а й нового його осмислення. У процесі реконструювання можуть застосовуватися комбіновані дії та дії за аналогією, наприклад: поєднання контрастів або встановлення аналогії між дуже віддаленими об'єктами.

Розгляньмо творчі мисленнєві дії на поширених прикладах візуальної медіакультури, зокрема кіно.

Мисленнєві дії комбінування лежать в основі головного прийому кінематографа – **монтажу**: який фрагмент відзнятого кіноматеріалу поєднати з іншим, у якій послідовності скомбінувати – над цим працює творча, комбінаторна думка режисера, оператора, монтажерів.

Прикладами аналогізування в тому ж самому кіно є: створення **ремейків** (*remake* – *перероблення*): створення нової версії, інтерпретації старого фільму (ремейк, до речі, перегукується з **кавер-версією** (*cover version*) у музиці, коли відома раніше музична композиція виконується іншим музикантом або колективом); створення **екранізації**, коли ідея, сюжет літературного твору переноситься у фільм; створення **кіносценарію за аналогією до реальних подій** тощо.

Приклади реконструювання у кіно можна бачити в реалізації історичних, фантастичних, казкових, фантасмагоричних кіносюжетів: завдяки звичним, реальним речам та акторам **відтворюється неіснуюче** минуле чи майбутнє (Череповська, 2010; 2014).

Творчі завдання на рівні ідей, думок, міркувань

1. Застосування методик *брейнстормінгу*, *сислової діаграми*, *групи асоціацій* для стимулювання, активації творчого мислення.

2. *Декодування* створених візуальних медіатекстів (їхніх окремих елементів, фрагментів чи образів) шляхом виявлення в них універсальних розумових дій: аналогізування, комбінування, перетворення, задіяних авторами.

3. Створення «медіаменю» візуальних переглядів, яке складатиметься з «поживи для розуму» та «візуально естетичного коктейлю» для емоцій. Віртуальне «медіаменю» можна скласти на вихідний день, на тиждень; для себе, для друга/подруги, для родини, дітей, враховуючи їхні інтереси, смаки, ціннісні уподобання.

4. Створення подумки *альтернативного* оригінального сценарію щодо відомого фільму, популярного рекламного ролика (наприклад, у пародійному жанрі).

5. Створення подумки іншого, *оригінального* фіналу відомого фільму.

6. *Продовження «історії»* героїв відомого фільму у власному сценарії.

7. Стимулювання розвитку творчого сприймання шляхом *перегляду різних версій* одного першоджерела. Наприклад, переглянути фільм-першоджерело «Небо над Берліном» (реж. В. Вендерс, 1987) і його ремейк «Місто ангелів» (реж. Б. Силберлінг, 1998).

Порада: не мотивувати групу шукати «кращу» версію – варто шукати «краще» в обох, а вже потому, можливо, і кращий варіант.

Усі ці та схожі завдання можна виконувати як в індивідуальній, так і груповій, фронтальній формі організації. Однак обговорення творчих «напрацювань» має здійснюватися в групі.

Важливим моментом є усвідомлення військовими психологами, капеланами, тими, хто працює з комбатантами, того, що медіаторчість, творче медіасприймання є могутнім ресурсом як для профілактики стресів, так і одним із способів протистояння їм і подолання травми війни, подальшої конструктивної адаптації комбатантів до мирного життя.

Джерела до другого розділу

1. Антоненко Т.Л. (2017). Ціннісно-смилова сфера особистості – фундаментальна основа її духовної безпеки. В *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*: зб. наук. праць (за матеріалами VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Формування духовної безпеки особистості в умовах сьогодення: виклики і проблеми» (24 травня 2017 року, м. Київ). Ч. 1. Гол. ред. Г. П. Шевченко). Вип. 3(78) (с. 25–34). Сєверодонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля.
2. Адсит, К. (2016). *Бойові травми: Посібник з одужання. Христоцентричне рішення бойової травми*. Чернігів: In Lumine Media.
3. Бріер, Д., & Скот, К. (2015). *Основи травмофокусованої терапії*. Львів: Свічадо
4. Варлакова, Є. О. (2016). Роль і місце родин в адаптації та реабілітації учасників АТО. В *Психологічна допомога особам, які беруть участь в Антитерористичній операції*. Взято з <http://bit.ly/37iy6J6>.
5. Галян, І. М. (2017). *Психологія ціннісно-смилової регуляції майбутніх педагогів* (Дис. д-ра. психол. наук). Ін-т психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Київ:
6. Герберт, К.(2015). *Розуміти травматичний досвід. Путівник для безпосередніх учасників та їхніх родин*. Львів: Скриня.
7. Гридковець, Л. (Заг. ред.). (2018). *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи*. Т. 3. Київ. Взято з <https://bit.ly/354QZip>.
8. Дідик, Н. Ф. (2018). Уявлення офіцерів про сім'ю як чинник психологічного стану військовослужбовців. В *Сімейна політика в Україні: проблеми і перспективи розвитку: матеріали всеукр. наук.-практ. конф.* (с. 41-45). Київ.
9. Дідик, Н. Ф. (2018а). Соціально-психологічна підтримка членів родин військовослужбовців як чинник впливу на морально-психологічний стан бійця під час виконання завдань у зоні АТО. *Український психологічний журнал*, 1(7), 41–57.

10. Дідик, Н. Ф. (2018b). Соціально-психологічні передумови використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі з дружинами комбатантів. В *Медіаторчість у сучасних українських реаліях: протистояння медіатравмі*. Матеріали наук.-практ. семінару. Київ.
11. Дуцик, Д., & Тарадай, Д. (2019). (Заг.ред). Онлайн-курс «Новинна грамотність». *MediaSapiens*. Взято з <http://bit.ly/3dd15lr>
12. Жіноча сила України (2017). *Відео з групової роботи з жінками. Практична частина*. [Відео]. Взято з <https://bit.ly/37iy580>
13. Журавльова Л., & Кротюк К., (2020). Особливості ціннісно-сислової сфери військовослужбовців з різним досвідом участі в бойових діях. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 12: Психологічні науки*, 10 (55), 26–36.
14. Ильин Е. П. (2009). *Психология творчества, креативности, одарённости*. Санкт-Петербург: Питер. (Серия «Мастера психологии»).
15. Караяни, А. Г. (2003). *Психологическая реабилитация участников боевых действий*. Взято з <https://bit.ly/3amIt0e>
16. Кісарчук, З. Г., Лазос, Г. П., Омельченко, Я. М., Литвиненко, Л. І., Вовчик-Блакитна, О. О., Шльонська, О. О., ... & Демидюк, Н. П. (2015). *Психологічна допомога постраждалим внаслідок кризових травматичних подій: методичний посібник*. Київ: Логос.
17. Кокун, О. М., Агаєв, Н. А., Пішко, І. О., & Лозінська, Н. С. (2015а). *Основи психологічної допомоги військовослужбовцям в умовах бойових дій: методичний посібник*. Київ: НДЦ ГП ЗСУ.
18. Комеда-Лутц, М. (2014). *Интеллектуальная эмоциональность. Как обращаться со своими чувствами*. Харьков: Гуманитарный центр.
19. Красин, С.А. (2018). *Введение в релаксируемую фильмотерапию*. Харьков: Рубашкин.
20. Куляс, І. (2018). *Як розпізнати пропаганду у ЗМІ?* Київ. Взято з <https://bit.ly/3b6ttD3>

21. Левин, П. А. (2020). *Пробуждение тигра – исцеление травмы*. Киев: Центр.
22. Леонтьев, Д. (2004). Пути развития творчества: личность как определяющий фактор. В *Воображение и творчество в образовании и профессиональной деятельности*. Материалы чтений памяти Л. С. Выготского: Четвертая Международная конференция (с. 214–223). Москва: РГГУ.
23. Малкина-Пых, И. Г. (2007). *Телесная терапия*. Взято з <https://bit.ly/31ZkXCo>.
24. Малкина-Пых, И. Г. (2005). *Психологическая помощь в кризисных ситуациях*. Москва: Эксмо.
25. Маслоу, А. (1997). Креативность. В *Дальние пределы человеческой психики*. Пер. с англ. А. М. Татлыдаевой; научн. ред., вступ. статья и коммент. Н. Н. Акулиной (с. 69 – 113). Санкт-Петербург: Евразия.
26. Мосієнко, О. (2015). Психоедукація – первинний засіб у роботі з воїнами АТО. *Іqхолдинг*. Взято з <http://bit.ly/2ZmDgiV>
27. Мюллер, М. (2015). *Якщо Ви пережили психотравмуючу подію*. Львів: Свічадо.
28. Почепцов, Г. Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско-украинского конфликта. *Незалежний культурологічний часопис*. Взято з <https://bit.ly/3s2LIQN>
29. Пророк, Н. (Заг. ред.). (2018). *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи*. Т. 1. Київ. Взято з <https://bit.ly/3jPNJg6>
30. Сапольски, Р. (2015). *Психология стресса (3-е изд.)*. Санкт-Петербург: Питер.
31. Трусъ, А. А. (2011). *Кинотренинг: технология и методика видеообсуждения*. Санкт-Петербург: Речь.
32. Царенко, Л. (Заг. ред.). (2018). *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи*. Т. 2. Київ. Взято з <https://bit.ly/3pmm4ob>

33. Циганенко, Г. (2016). *Бойовий стрес та навички першої психологічної допомоги: пам'ятка для бійця*. Київ: КМЦСССДМ.
34. Чайка, Г. (2015). Ціннісно-смилова сфера особистості у кризові періоди. *Актуальні проблеми психології. Зб. наук. праць Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Т. 9, 6*, 93–101.
35. Чаплінська, Ю. С. (2020). *Фільманаліз в роботі психолога: практичний посібник*. Кропивницький: Імекс-ЛТД.
36. Череповська, Н. (2010). *Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ. Візуальна медіакультура*. Київ: Шкільний світ. Взято з <http://mediaosvita.org.ua/book/mediaosvita-ta-mediakultura-uchniv-v/>
37. Череповська, Н. (2014). *Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення і творчого сприймання. Методичні рекомендації до медіаосвітнього курсу «Медіакультура» для старшокласників загальноосвітніх навчальних закладів*. Київ: Міленіум. Взято з <http://mediaosvita.org.ua/book/vizualna-mediakultura-rozvytok-kr/>
38. Череповська, Н. І. (2016). Медіапсихологічні ресурси соціально-психологічної реабілітації постраждалих від воєнних дій. В *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи: збірник статей Четвертої міжнародної науково-методичної конференції* (с. 491–503). Київ.
39. Череповська, Н. І. (2017а). *Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді: навчально-методичний посібник*. Кропивницький: Імекс-ЛТД. Взято з <http://mediaosvita.org.ua/book/mediaosvitni-resursy-rozvytku-patri/>
40. Череповська, Н. І. (2017 б). Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни у ветеранів. В І. Маноха, Г. Собчук (Ред.), *Посттравматичний стресовий розлад: дорослі, діти та родини в ситуації війни. Т. 1* (с. 313–325). Варшава – Київ: ПАН-Гнозіс.
41. Череповська, Н. І. (2018а). Розвиток патріотизму молоді психологічними засобами методики «Медіаклуб». *Проблеми політичної*

- психології, 7 (21), 150–160. Взято з <https://politpsy.org/index.php/popp/article/view/12/13>
42. Череповська, Н. І. (2018b). Медіаторчість комбатантів: творче медіасприймання художнього воєнного контенту та створення власного медіаконтенту. В Ю. С. Чаплінська (Ред.), *Матеріали науково-практичного семінару «Медіаторчість в сучасних українських реаліях: протистояння медіатравмі»* (м. Київ, 19 червня 2018 р.). Взято з <http://mediaosvita.org.ua/book/mediatvorchist-v...nnya-mediatravmi/>
43. Шинкарук, О. (2019). Диференційно-психологічний аналіз смислової сфери комбатантів-прикордонників. *Збірник праць Національної академії державної прикордонної служби України. Серія: Психологічні науки*. Т. 12, 1(12), 317-334. Взято з http://periodica.nadpsu.edu.ua/index.php/psy_zbirnyk/article/view/154/140
44. Шутов, Р. (2016). Пропаганда та маніпуляції. *МедіаДрайвер*. Взято з <https://bit.ly/3rWUzDr>
45. Яковлев, В. (2016). Бойова спецпропаганда: жертви серед нас. *Україна молода*. Взято з <http://bit.ly/3pnXVO6>
46. Dezelic, M. (2013). Window of tolerance- trauma/anxiety-related responses: widening the comfort zone for increased flexibility. Retrieved from <http://bit.ly/2ZkrSUH>
47. Neal, D. T., & Chartrand, T. L. (2011). Embodied emotion perception: amplifying and dampening facial feedback modulates emotion perception accuracy. *Social Psychological and Personality Science*, 2(6), 673–678.
48. Ogden, P., Minton, K., & Pain, C. (2006). *Trauma and the body: A sensorimotor approach to psychotherapy*. New York: W. W. Norton & Company
49. Siegel, D. J. (2012). *Pocket guide to interpersonal neurobiology: An integrative handbook of the mind*. New York: W. W. Norton & Company.
50. Van der Kolk, B. (2014). *The body keeps the score: Mind, brain and body in the transformation of trauma*. Penguin UK

51. Van der Kolk, B. A., Stone, L., West, J., Rhodes, A., Emerson, D., Suvak, M., & Spinazzola, J. (2014). Yoga as an Adjunctive Treatment for Posttraumatic Stress Disorder: A Randomized Controlled Trial. *The Journal of clinical psychiatry*, 75(6), e559-e565. doi: 10.4088/JCP.13m08561

СЛОВНИЧОК

Абілітація – система заходів, спрямованих на опанування особою знань та навичок, необхідних для її незалежного проживання в соціальному середовищі: усвідомлення своїх можливостей та обмежень, соціальних ролей, розуміння прав та обов'язків, уміння здійснювати самообслуговування.

Адаптація – пристосування; процес пристосування до мінливих умов зовнішнього середовища; пристосування будови і функцій організмів до умов навколишнього середовища (у фізіології – короточасна адаптація, у біології – довгострокова, протягом життя); соціально-психологічна адаптація є пристосуванням індивіда до групових норм, і навпаки – інтересів соціальної групи до окремого індивіда цієї групи.

Алгоритм дослідження – сукупність послідовних, логічних процедур, які забезпечують вирішення завдань.

Аналогізування – розумові дії, спрямовані на пошук аналогів: спільних зв'язків між різними об'єктами. Є різні види аналогій: аналогія за зовнішніми ознаками (за візуальною формою, структурою); аналогія за функцією (за схожістю дії, процесу); аналогія за принципом (за загальною ідеєю, схожим змістовим наповненням, смыслом, спорідненою суттю). Аналогізування ґрунтується на порівнянні різних об'єктів, виявленні схожості між ними й перенесенні схожих за структурою, функцією, загальною ідеєю якостей з одного об'єкта на інший, який утворюється. Так, візуальні медіатексти, створені завдяки прийомам ремейку, ремінісценції, є яскравим прикладом аналогізування: їхня суть полягає у створенні нової версії, нової інтерпретації того, що було створене раніше, запозиченні елементів відомого. Ремейк, ремінісценція як мисленнєві стратегії, художні прийоми посідали своє місце в людській культурі завжди, однак справді масової поширеності, неприхованого запозичення набули в постмодерну добу. (Див. також: комбінування, реконструювання).

Аргумент – фактичний доказ; логічне судження; твердження, за допомогою якого людина доводить, обґрунтовує певну ідею/тезу з метою переконати когось іншого в її істинності. Кожен аргумент має певну структуру. Її обов'язковими взаємопов'язаними елементами є:

теза – твердження, яке повинні підтримати інші;

докази – пояснення, факти, приклади, статистичні дані і посилання на авторитети, за допомогою яких і доводиться істинність тези;

висновок – повернення до тези, її розширення (ухвалення рішення).

Аргументація – процес обстоювання, обґрунтування своєї точки зору за допомогою аргументів.

Ветеран – «старий», професійний вояк, який, відслуживши визначений термін у римській армії, після завершення служби зазвичай отримував громадянство (якщо його не мав), землю та/або грошову винагороду. Сьогодні «ветеран» – одне з визначень сучасного професійного вояка, який відслужив визначений термін, брав участь у бойових діях.

Відеоарт (video-art) – напрямок у медіамистецтві, який для досягнення вираження художньої концепції застосовує можливості відеотехніки, комп'ютерного і телевізійного оснащення. Має традиційні напрямки: «взаємодія з реальністю» та «відхід від реальності» до абстрактного. Сприяє саморефлексії.

Дистрес – стан, коли людина не в змозі повністю адаптуватися до стресових ситуацій та спричинених ними наслідків і проявляє дезадаптивну поведінку. Це може проявлятися в явищах невідповідної соціальної взаємодії, як-от: агресія, пасивність чи ізоляціонізм.

Діджитал-арт (digital-art) – цифрове, комп'ютерне мистецтво, творча діяльність, яка здійснюється за допомогою цифрових комп'ютерних технологій. Не «претендує» на історичне місце в історії мистецтва; його гасло – «тут» і «зараз», тобто воно є актуальним саме «сьогодні». Головна функція діджитал-арту, як і новітнього медіамистецтва загалом, це адаптація людини до нових умов у сфері технологій, це «комунікація» – гра із самими

засобами, з іншими людьми за допомогою «діджитальної» продукції та новітньої, цифрової технології.

Інсталяція – це вид мистецтва, що є просторовою композицією з різноманітних речей, творів живопису, скульптури, промислових виробів, матеріалів, природних об'єктів, текстової та візуальної інформації, об'єднаних художньою ідеєю, в основі якої – створення умовного середовища. Цифрована інсталяція – світлина, яка зафіксувала композицію з найбільш вигідного боку.

Інформація – це зміст, який передається в процесі передавання/інформування у формі прямої або технічної комунікації. Сам термін «інформація» не ототожнюється з істинністю вмісту. Тому інформація може бути правдивою, хибною або відверто брехливою.

Інфотейнмент – вид інформаційних програм. Новини у них подаються для аудиторії в максимально розважальній формі. Інформування реципієнтів проходить у ненав'язливій формі, а новинні програми представляють політику як сферу масового життя, наближеного до людини. Інфотейнмент здебільшого містить лише поверхові відомості з певної теми і не може розглядатися як джерело самоосвіти. Синонімом інфотейнменту іноді виступають так звані soft news («легкі» новини), названі так на противагу hard news («вагомим», або «справжнім», новинам). У друкованих ЗМІ цьому поняттю відповідає термін «таблоїдизація», що подає події в такій же розважальній формі, але в друкованому вигляді.

Комбатант – воїн; боєць; той, що воює; той, що воював; у міжнародному праві – особи, які входять до складу збройних сил воюючої країни, беруть участь безпосередньо у військових діях. Відтак комбатантство – безпосередня участь вояків у військових діях. Комбатантами є: особовий склад сухопутних, військово-морських і військово-повітряних сил; партизани, особовий склад полків та добровольчих загонів, якщо вони мають на чолі особу, відповідальну за своїх підлеглих; мають визначений, добре видимий здалеку відмітний знак; дотримуються у своїх діях правил ведення війни;

відкрито носять зброю під час кожного військового зіткнення, а також тоді, коли перебувають на очах у противника під час розгортання в бойові порядки, яке передує нападу, в якому вони будуть брати безпосередню участь; екіпажі торговельних морських суден та екіпажі літаків цивільної авіації сторін, задіяних у військовому конфлікті, за умови, коли судна та літаки переобладнані у військові.

Сучасне військове право розглядає комбатантів як вояків, що беруть участь у національно-визвольних війнах, які ведуться народами за утвердження свого права на самовизначення. У разі якщо населення некупованих територій при наближенні ворога, не встигнувши сформувати регулярні частини, береться за зброю, щоб чинити опір військам агресора, воно також визнається воюючою стороною конфлікту за умови, що відкрито носить зброю та дотримується законів і звичаїв війни.

Застосування насильницьких військових заходів до комбатантів (аж до знищення) вважається законним. Комбатант, який потрапив до рук ворогуючої сторони, користується статусом військовополоненого. Найповніше правовий статус комбатанта визначено в IV Гаазькій конвенції законів і звичаїв сухопутної війни 1907 року, а також у Женевських конвенціях 1949 року та протоколах I і II, які доповнюють останні.

В українських реаліях комбатантами є: учасники бойових дій Збройних Сил України, Міністерства внутрішніх справ, зокрема Національної гвардії України, Прикордонної служби, добровольчих батальйонів різного підпорядкування.

Контент – термін, яким зазвичай називають наповнення певного інформаційного ресурсу; у широкому розумінні це наповнення книг, телевізійних та радіопередач, фільмів та комп'ютерних ігор; найчастіше це слово використовується у сфері інтернет-ресурсів і під його характеристику підпадають: текстові та відеоматеріали, аудіозаписи чи зображення (графіка/картинки, світлини). Тобто контент – це будь-які матеріали, розміщені на сайті. Контент – поняття збірне, це будь-який вид інформації,

який складає вміст інформаційного ресурсу: текст, зображення, аудіофайли, відеофайли. У контексті вебресурсу сайт є формою, наповненою змістом (контентом).

Критичне мислення – тип спрямованого мислення: здатність до розуміння інформації, її аналізування, здатність до інтеграції проаналізованого, пошуку аргументів для обґрунтованих суджень, формулювання висновків та оцінювання того, що підпадає під аналіз.

Медіа – за сучасним визначенням, це технічний засіб/засоби, через який/які опосередковано здійснюється комунікація між людьми, групами людей. Сьогодні медіа – це сукупність усіх засобів масової комунікації, а також засоби індивідуальної комунікації і так звані мережеві мультимедійні засоби.

Функціями медій є: 1) створення інформації, медіатекстів; 2) їх запис і зберігання на матеріальному носії; 3) копіювання, репродукування, тиражування як можливість нескінченного відтворення; 4) передавання (трансляція) створених повідомлень на значні відстані завдяки технічному забезпеченню.

Медіаграмотність – рівень медіакультури, який виявляється у вмінні користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.

Медіаімунітет – здатність особи чинити опір медіавпливам; уникання таких впливів, стійкість щодо спрямованого на неї небажаного психологічного тиску; практичні вміння самозахисту від навіювання, маніпулювання, психологічного тиску з боку засобів масової комунікації.

Медіаінформаційна безпека – у психологічному контексті означає актуалізацію комфортних емоційно-когнітивних переживань особи у її взаємодії з медіапростором. Залежить від здійснення запобіжних заходів в

інформаційному полі з боку держави, а також (і в першу чергу) від здатності кожної окремої особи захищатися від небажаного психологічного тиску / чинити опір інформаційно-психологічним технологіям впливу завдяки набутому досвіду або за допомогою медіаграмотності.

Медіаконтент – змістове наповнення медіатексту й візуального зокрема; медіаконтент може бути для психіки людини потенційно шкідливим, нейтральним або ресурсним.

Медіакультура – сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з масмедіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.

Медіамистецтво – синтез традиційного мистецтва, новітніх технологій і науки, де провідною функцією є комунікативна: взаємодія між «твором» і «реципієнтом» (наприклад, діджитал-арт – цифрове, комп'ютерне мистецтво; сайєнс-арт – наукове мистецтво, або мистецтво науки; нет-арт – створюється й розвивається в мережі Інтернет, тому мережеві проєкти, що існують лише в його просторі, не мають матеріального втілення, не потребують залів і галерей).

Медіасприймання – 1) новий тип сприймання з використанням медіазасобів, сприймання медіатекстуальної продукції за допомогою медій; це «комунікація без слів» між інформаційно насиченим конструктом медіатексту і свідомістю глядача; 2) процес фіксації, інтерпретації, засвоєння, осмислення інформації зовнішнього синтетичного світу, опосередкованого різними засобами масової комунікації: пресою, радіо, телебаченням тощо. Результатом медіасприймання візуальної інформації, репрезентованої ЗМК, є суб'єктивні сприйняття її змісту та форми у вигляді образно-сміслових конструктів, які входять до змісту свідомості людини та можуть впливати на її світоглядні позиції, емоційну, поведінкову сфери.

Медіасприймання творче – як більш високий рівень медіасприймання передбачає: мисленнєве перетворення сприйнятих медіатекстів, наявність власних образів, творчих ідей і реалізацію, утілення власного задуму зокрема, утворення власних образно-сміслових конструктів як надбання нового смислового досвіду. За своєю суттю творче медіасприймання є «співтворчістю» реципієнта з автором, але найчастіше – із самим медіатекстом.

Медіаторчість – 1) продуктивна діяльність зі створення нових медіазасобів, пристроїв, програм, а також нового медіапродукту/контенту; 2) медіаторчість як творче сприймання медіапродукції.

Медіатекст – одиниця, елемент, конкретний об'єкт медіапродукції; візуальний медіатекст являє собою складний візуально-смісловий конструкт; розрізняється за видами (фільм, фотографія, телепрограма, анімація, мотиватор тощо) та жанрами (тематичними напрямками).

Механізми психологічні – представлені послідовністю станів, процесів; це можуть засоби, удосконалення яких приводить до формування потрібної якості особистості. Наприклад, розвиток такого психологічного механізму, як критичне мислення, може сприяти формуванню такої психологічної якості, як критичне ставлення до медіапродукції, критичного стилю медіасприймання загалом.

Нарізка – технічний художній прийом не лише в процесі створення фільму, а й, останнім часом, самостійна мистецька одиниця; передбачає нарізування вдалих фрагментів, видалення невдалих з метою поєднання нарізаного матеріалу в потрібній логічній послідовності; у фотографії також є схожий процес, який передує фотоколажу, фотомікшуванню.

Перформанс – вистава, виступ, подання, гра; дія, що виражає певну ідею; суть перформансу – актуальна, а то й несподівана інтерпретація цієї ідеї; головна функція – заклик до оновлення та змін у сприйманні і мисленні. Це дійство, обумовлене часом, місцем, діями самого автора або групи.

Цифрований перформанс – записаний на відео і викладений в інтернет ролик або світлина кульмінаційного моменту дійства.

Провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації: цифрова фотографія, кіно, телебачення, комп'ютер та інтернет

Психоедукація – у широкому розумінні психологічна просвіта; раціоналізація/розуміння травми: її проявів, наслідків, способів подолання, подальшого життєвого шляху травмованих. Оптимізує процес менталізації травми в цілому.

Психосоціальна, психологічна підтримка – вид неспеціалізованої допомоги; відрізняється від медичної або психіатричної допомоги, проте включається до послуг гуманітарної підтримки як такої; метою психологічної підтримки є оптимізація особистого внутрішнього стану, оздоровлення міжособистісних стосунків у професійному і сімейно-побутовому житті, подолання соціальної дезадаптації людини в цілому і постраждалих від війни зокрема. Психосоціальна підтримка може бути складовою роботи практичних психологів, соціальних працівників, офіцерів із забезпечення морального і психологічного стану військових, капеланів, психологів-волонтерів.

Психологічна реабілітація (іноді соціальна реабілітація) – комплекс заходів реабілітаційної (відновлювальної) медицини, спрямованих на відновлення психічних та фізичних сил людини, яка перенесла психічне захворювання, до контрольного рівня, тобто здатності працювати. Реабілітаційні заходи проводять для відновлення позитивного ставлення хворого до родини, суспільства, життя та щоб запобігти формуванню психічного дефекту у хворого зі схильністю до самоізолювання. Тривале активне лікування сприяє компенсації психічного стану, що дає змогу хворому тримати під власним контролем остаточні прояви своєї хвороби. На цьому етапі проводять стимуляцію соціальної активності хворого з метою відновлення соціальних зв'язків з оточенням. Реабілітаційні заходи проводяться у психіатричному стаціонарі та в амбулаторних умовах. У

здійсненні реабілітації медичний персонал відіграє важливу роль: контролює систематичне виконання хворим реабілітаційних заходів щодо збільшення трудового навантаження, забезпечує врахування індивідуальних рис хворого та його інтересів. Соціально-психіатрична реабілітація в амбулаторних умовах дає змогу хворому повернутися на попередню роботу або створює умови для раціонального працевлаштування, сприяє формуванню у потерпілих корисних інтересів, доцільному використанню вільного часу.

Реабілітація – а) поновлення втраченого доброго імені, відновлення репутації. Поновлення прав, відміна необґрунтованого звинувачення невинної особи або групи осіб через «відсутність складу злочину». Реабілітація відрізняється від амністії, помилування повним відновленням прав та репутації з огляду на неправомірне звинувачення; б) комплекс медичних, педагогічних, професійних і юридичних заходів, спрямованих на відновлення здоров'я та працездатності осіб з обмеженими фізичними й психічними можливостями внаслідок перенесених травм та захворювань. Реабілітація має на меті якомога швидше відновити здатність людини жити і працювати у звичайному середовищі.

Ресоціалізація – відновлення соціалізації; у загальному значенні – пристосування людини до життя в новій спільноті. Наприклад, еміграція, набуття нового віросповідання, входження в інший соціальний клас.

Рефлексія емоцій, почуттів – емоційна рефлексія; самоусвідомлення власних емоцій і почуттів; відіграє важливу роль у розвитку емоційного інтелекту особистості.

Сайєнс-арт (science-art) – наукове мистецтво, або мистецтво науки; вид сучасного мистецтва, у якому митці застосовують досягнення науки й водночас можуть бути вченими (фізиками, математиками, біологами). Головна функція сайєнс-арту – виводити результати наукової роботи з поля науки в соціальний простір, на територію мистецтва й у контекст мистецтва для суспільного ознайомлення й обговорення, для популяризації наукових винаходів.

Саморегуляція – спрямування вольових зусиль на управління своїм психоемоційним станом; досягається шляхом впливу людини на саму себе за допомогою слів, уявних образів, управління м'язовим тонусом і диханням тощо.

Світлина – див. Фотографія.

Синемалогії метод – інтерпретація подій, фільмів людиною по-своєму, донесення саме своєї точки зору.

Соціалізація – комплексний процес та результат засвоєння й активного відтворення людиною соціально-культурного досвіду (знань, цінностей, норм, моралі, традицій тощо) на основі її діяльності, спілкування і відносин; обов'язковий фактор розвитку особистості; один із засадничих соціальних процесів, що забезпечує повноправне існування людини в суспільстві. Соціалізація є двобічним процесом, оскільки відбувається не лише збагачення соціальним досвідом, а й реалізація людиною соціальних зв'язків. Її сутність зводиться до поєднання в процесі соціалізації особи адаптації та виокремлення, тобто збереження суб'єктності людини в умовах певного суспільства. Передбачає як цілеспрямоване виховання чи вплив на дорослу особистість, так і стихійні чи спонтанні процеси, що впливають на її формування. Соціалізацію, що перебуває на межі дослідницького інтересу різних наук, вивчають філософія, психологія, соціальна психологія, соціологія, історія, етнографія, педагогіка, теологія та інші дисципліни.

Крім того, соціалізацією є також процес пристосування (адаптації) дорослої людини, яка через певні обставини (перебування в певній «антисоціальній» групі, наприклад довготермінове перебування у в'язниці тощо) довгий час була поза суспільством або перемістилася з одного суспільства в інше (зміна громадянства тощо.)

Соціальна реабілітація – комплекс державних та суспільних заходів, спрямованих на створення і забезпечення умов для соціальної інтеграції інваліда в суспільство, відновлення його соціального статусу та здатності до самостійної суспільної і родинно-побутової діяльності шляхом орієнтації в

соціальному середовищі, соціально-побутової адаптації, різноманітних видів патронажу і соціального обслуговування. Дослівно означає поновлення здатностей і застосовується в контексті медико-соціальної роботи. В інших контекстах вживаються близькі за значенням поняття

Стрес – напруга, тиск; неспецифічна реакція організму у відповідь на дуже сильну дію (подразник) зовні, яка перевищує норму, а також відповідна реакція нервової системи.

Стрічка – див. Фільм.

Техніки – у широкому розумінні це набір і послідовність операцій та режими їх застосування за допомогою знарядь праці; у нашому контексті техніки – це засоби реалізації методик: алгоритми когнітивних дій сприймання, мислення, правила, рекомендації тощо.

Технології – у широкому розумінні це способи забезпечення певних потреб людини/людства за допомогою технічних засобів; у нашому контексті технології – це медіапсихологічні методики емоційної, психологічної підтримки травмованих війною («Я – ветеран», «Візуалізована психоедукація», «Медіаклуб»).

Фільм/стрічка – це кінострічки із зафіксованими на них зображеннями та записом звуку, які й становлять практичні здобутки – продукт кінематографа. Перед тим як фільм стане саме фільмом, він має «народитися» кілька разів: у сценарії та в пошуку рішення його втілення, у реалізації втілення та в монтажі відзнятого матеріалу. Виробництво фільмів – це творчий процес, який охоплює: 1) підготовчий етап (робота з драматургом або сценарієм, художником, оператором, композитором, акторами); 2) знімальний етап (робота з акторами, художниками, композитором, звукорежисерами й операторами, освітлювачами, монтажерами); 3) монтажно-тоніровочний етап (робота з монтажерами, композитором, акторами тощо).

Зазвичай фільми поділяють на художні (ігрові), документальні (неігрові) та мультиплікаційні. У художніх фільмах відтворюються події за

допомогою гри акторів, у документальних – знімаються реальні події життя. Однак цей розподіл відносний, оскільки є документальні фільми, у яких реальні події реконструюються акторами. Саме тому в документальному кіно тепер виокремлюють виключно документальні фільми і фільми з елементами ігрового кіно, де реконструюються реальні події.

Фотографія – світлопис, світлина; сукупність різноманітних науково-технічних засобів і технологій, за допомогою яких можна отримати й зберегти статичне зображення на світлочутливому матеріалі (фотоплівці або фотографічній матриці).

Фотографію умовно поділяють на два види: 1. Фотографія традиційна – аналогова. Базується на досягненнях оптики та хімічних технологій у галузі світлочутливих матеріалів. Аналогова фотографія поділяється на монохромну (зокрема чорно-білу) і кольорову. Нині, незважаючи на перевагу цифрових технологій, аналогова фотографія набула нової популярності й наразі успішно застосовується, особливо в галузі художнього фото. 2. Фотографія електронна – цифрова. Базується на електронно-оптичних технологіях і технічних засобах, як аналогових, так і цифрових «діджитальних» (DG).

Фотофільм (слайд-шоу) – фільм, створений за допомогою комп'ютерної програми, в якому послідовно показується набір фотографій. Демонстрування та перегортання фотографій може супроводжуватися спеціальними ефектами, текстовими коментарями та музикою. Фотофільм можна описати як слайд-шоу з художніми елементами.

ДОДАТКИ

Додаток 1. Методика «Я – ветеран»: модель

Основною метою методики є розвиток медіаграмотності комбатантів, членів їхніх родин, яка завдяки набутим знанням, навичкам, умінням дасть їм змогу вільно орієнтуватися в насиченому інформаційному просторі та знизить ризик підпасти під шкідливі інформаційні впливи, забезпечить душевний комфорт, зменшить психологічну напругу.

Графічна модель методики



Методика «Я – ветеран» є універсальною. Вона складається з вступного і підсумкового заняття, а також чотирьох модулів. Кожен модуль має свою мету, завдання і змістове наповнення.

У роботі з групою Модулі можна міняти місцями, доповнювати і повністю оновлювати дидактичний матеріал. Проте, не зважаючи на універсальність, рекомендуємо починати роботу за принципом «від простого до складного» – за номерами модулів. Коли усі Модулі будуть відпрацьовані, їх можна повторювати для закріплення більш складного матеріалу, за бажанням групи, якщо є така можливість (наприклад, у шпиталі).

Суть методики полягає у набутті комбатантами когнітивних навичок і вмінь у процесі засвоєння та інтенсивного вправлення різних технік оптимального сприймання інформації. Провідними з них є: рефлексія емоцій і почуттів, критичне осмислення сприйнятого, переключення уваги на різний режим сприймання.

Додаток 2. Класифікація медіаконтенту

Приклад класифікації основних видів візуально-образного медіаконтенту

Медіаконтент			
Види медіа:	Фотографія	Кіно	Телебачення
Медіаформати:	Друкована, цифрована, «жива» в інтернеті та ін.	Художні (ігрові), документальні, документально-ігрові, анімаційні фільми (стрічки)	Телепрограми, телетрансляції, телереклама
Жанри:	Портрет, пейзаж, міська фотографія, «вуличне», «медійне», предметне, спортивне фото, «фейшн», фото тварин та ін.	Історичні, мелодрами, воєнні, бойовики, гостросюжетні, фентезі, екранізації, драма, трилер та ін.	Інформаційні, розважальні, політичні, культурні та ін.; спортивні, з місця подій, культурні; комерційна, соціальна, політична.

Інтернет – технологія, інтегрує в собі усі види медіа в різних форматах, жанрах і презентує їх у цифровому форматі, також додає друковані тексти, соціальні мережі, вебсторінки, хостинги, інтернет-видання та ін.

Додаток 3. Алгоритми критичного аналізу

У цьому контексті наводиться два варіанти алгоритмів: короткий (попередній, спрощений) і розширений, розлогий.

Додаток 3.1. Алгоритм скороченого аналізу медіаконтенту (з прикладом)

Класифікація: вид, формат, тема/жанр досліджуваног о медіаконтенту	Інтерпрета- ція змісту: про що йдеться?	Смислови й акцент: головна ідея твору або що хотів сказати автор / колектив авторів	Задіяні технології впливу / засоби вираження	Аргументова не оцінювання твору
Вид: <i>Фотографія</i> Медіаформат: <i>Серія світлин з інтернету</i> Тема/жанр: <i>Масові протести / вулична фотографія</i>	Масові протести на Майдані в Києві 2014 року. на першій світлині зображено ..., на другій..., а на третій	Головна ідея: показати масовість події, а значить і її <i>значущість</i>	Фотографії знімались у <i>трьох різних планах:</i> загальному, середньому і крупному (портрет протестуваль ника).	Усі три фото <i>об'єктивно відображують події</i> того часу. Аргументи: неодноразово <i>бачив це по телевізору;</i> <i>сама там була і бачила</i> подібні сцени, подібних людей на власні очі
Що «зачепило» емоційно?:	На третій світлині портрет молодого хлопця: вразили сльози радості в його очах. <i>Мою «емоцію» можна назвати «світла радість»</i> співпричетності до тих подій.			

Додаток 3.2. Розширений алгоритм аналізу медіаконтенту (критичне опрацювання медіаконтенту невеликих форматів)

- *з'ясування джерела інформації* – починаючи від власників провідних українських телеканалів до конкретних авторів медіаконтенту, первинного відправника інтернет-повідомлення. Знаючи, кому належить медіаджерело (тобто хто за допомогою фінансування забезпечує функціонування телеканалів, порталів, сайтів), ми можемо «прораховувати» його загальну інформаційну «політику». Так, наприклад, в Україні часто-густо можна спостерігати інтерпретаційну, м'яко кажучи, «розмаїтість» у висвітленні одних і тих самих подій. Утім, сприймаючи різні точки зору на одну подію, глядач має перевагу: не лише обирати інформаційне джерело, що відповідає його світоглядним позиціям, а й, порівнюючи різне подання інформації, робити власні висновки. Це більш вигідна ситуація, ніж та, коли практично всі ЗМІ належать одному власнику, наприклад державі (як у РФ). Тому, щоб розуміти, яким інформаційним аспектам буде надано пріоритет і приблизно в якому інтерпретаційному ключі будуть висвітлюватися події, нам важливо знати, «хто?» є відправником інформації;
- *встановлення ознак повідомлення/медіатексту*: його виду, формату, змісту, смислового акценту. Йдеться про загальну характеристику медіатексту, який наразі піддається аналізу. Якщо медіатекст у широкому розумінні – це одиниця, елемент, конкретний об'єкт медіапродукції, то конкретний візуальний медіатекст являє собою вже складний візуально-смісловий конструкт. Як ми вже знаємо, такі конструкти розрізняються за видами медіа, медіаформатами, жанрами. Ці характеристики вже попередньо структурують і полегшують аналітичну роботу з медіаконтентом. Аналізуючи його за жанром, обов'язково маємо визначити *смісловий акцент*: чому він присвячений, яка основна ідея, провідна/прихована думка? Тобто важливо знати, «що?» піддається аналізу;
- *визначення цільової аудиторії*, якій адресована обрана інформація. Тобто слід з'ясувати, для якої групи населення (з урахуванням вікових, соціальних, професійних, гендерних, регіональних, етнічних ознак) призначається медіатекст: «кому?» надсилається медіаповідомлення;
- *виявлення мети медіаповідомлення*. Може розкрити його відкриту або приховану сутність: «для чого?» було створено цей медіатекст. Мету виявляємо передусім, коли уточнюємо його медіаформат і зміст/жанр. Так, наприклад, теленовини інформують населення про події в країні і за кордоном, телепрограма «Світ навиворіт» виконує культурно-пізнавальну функцію, а телепрограма «Танці з зірками» – вже розважальну. Проте, не завжди легко визначити мету того чи іншого

медіатексту. У такому випадку слід поставити запитання: «а кому вигідно те, про що йдеться?»;

- *очікування зворотньої реакції аудиторії* – це прогнозування «ефекту», «кінцевого результату» від повідомлення на аудиторію. Аналізуючи, маємо змоделювати, яким чином, на думку виробника, «спрацює» створений ним медіаконтент; можна припустити, на який очікуваний результат розраховує медіавиробник, тобто чи буде «ефект»;
- *розкриття застосованих інформаційно-психологічних технологій впливу* на глядача з боку медіа передбачає з'ясування набору «засобів впливу» на аудиторію. Так, для досягнення мети, наприклад, у комерційній рекламі зазвичай використовують прийоми привертання й утримання уваги, яскраві кольори, приємні мелодії; натомість теленовини «наполегливо» формують «порядок денний», замовчують невігідну інформацію, привертають увагу сенсаціями часто сумнівної цінності тощо;
- *порівняння* сприйнятого повідомлення з іншими джерелами. Порівнянню належить важлива роль у розкритті таких істотних ознак медіатексту, як новою чи запозиченою є інформація: «що нагадує?», «що нового?»; завдяки порівнянню можна виявити першоджерело інформації, її поступову трансформацію тощо як за змістом, так і за зовнішніми ознаками (візуальними прийомами, відомими образами, стереотипами);
- *пошук додаткових аргументів* і контраргументів* – логічних суджень, тверджень, за допомогою яких можна обґрунтувати і тим самим довести свою позицію, переконати інших; забезпечує розуміння «яким чином довести свою позицію?»;
- *формулювання висновків та оцінювання сприйнятого* на підставі аналізу та суджень полягає в інтеграції проаналізованого та якомога об'єктивнішого його оцінюванні («висновки й оцінювання»);
- *висловлення особистої позиції щодо сприйнятого медіатексту* – це висловлення свого незалежного ставлення до проаналізованого медіатексту; передбачає як свободу вибору, так водночас і відповідальність за перегляд та оцінювання інших медіатекстів; ключовим є «автономне ставлення». (Н. Череповська, 2017).

***Аргумент** – це твердження, за допомогою якого людина обґрунтовує певну ідею з метою переконати когось іншого в її істинності.

Кожен аргумент має певну структуру. Її обов'язковими взаємозв'язаними елементами є:

теза – твердження, яке повинні підтримати інші;

докази – пояснення, факти, приклади, статистичні дані і посилання на авторитети, за допомогою яких і доводиться істинність тези;

висновок – повернення до тези, її розширення (ухвалення рішення).

Аргументація – обстоювання, обґрунтування своєї точки зору завдяки аргументам.

Додаток 4. Рефлексія емоцій і почуттів

Технології стимулювання розвитку здатності до рефлексії власних емоцій, почуттів, викликаних переглядом медіаконтенту, спрямовані на те, щоб допомогти людині усвідомити свої переживання, глибше пізнати себе, краще розуміти інших.

Схема етапів рефлексії для учасників групи: «Шість кроків»

- 1 – розслаблення на рівні тіла;
- 2 – «що» в переглянутому медіаконтенті / фрагменті найбільше вразило?;
- 3 – якими влучними словами можна означити ці емоції, почуття, відчуття?;
- 4 – чому саме це «зачепило»?;
- 5 – який смисловий досвід отримано завдяки цим переживанням?;
- 6 – за бажанням стисло висловити свої думки щодо отриманих вражень.

Суть рефлексивної роботи з емоціями і почуттями:

1. *Розслаблення на рівні тіла.* Забезпечує більшу концентрацію на внутрішній роботі: запропонувати учасникам зручно сісти, заплющити очі або опустити до низу, подумки повільно порахувати до 10 і розслабитися.

2. *Фіксація емоцій, почуттів.* Зважаючи на те, що емоції, почуття є швидкоплинними, динамічними психічними утвореннями, їх відразу після перегляду медіаконтенту бажано зафіксувати – визначити те, «що саме» вразило: найбільш виразні моменти, які викликали позитивні або негативні враження.

Тобто, треба «впіймати емоцію».

3. *Вербалізація емоцій, почуттів.* Передбачає переформулювання емоційно-почуттєвого, образного в абстрактне – у слово. Заховане в слові емоційне враження переходить в раціональну площину, чим полегшується його усвідомлення; усуваються перешкоди для подальшої аналітичної роботи з емоціями і почуттями.

Вербалізація має єдину, проте важливу вимогу: зафіксовані щодо сприйнятого переживання слід якнайточніше означити відповідним словом.

Тобто, дати найбільш точну «назву емоції».

4. *Осмислення емоційно-почуттєвих вражень* – процес, який уточнює вербальний код отриманих емоцій і має визначити внутрішню причину: чому мене «зачепило» саме це?, що воно значить для мене?

5. *Інтеграція отриманих вражень з власним досвідом.* Передбачає співвіднесення з особистими смислами та з'ясування такого: чи вписуються зазначені переживання в систему цінностей, переконань, світогляд особистості?; як вони впливають на внутрішній досвід: збагачують, уточнюють, пояснюють, зміцнюють, розвивають тощо?; якщо зазначені переживання не є конструктивними (страх, розпач, зловтіха, агресія тощо), то чи потребують вони додаткової внутрішньої роботи з боку особистості?

Одним із варіантів додаткового опрацювання негативних емоцій, почуттів може бути їх озвучення в групі за умови доброзичливого ставлення учасників одне одного.

Тобто, отримані враження потрібно співвіднести з власним досвідом.

6. *Обговорення* отриманих вражень щодо переглянутого здійснюється за бажанням учасників відразу після рефлексивної роботи. Рефлексивна робота з емоціями і почуттями триває приблизно 5-10 хвилин, залежно від обсягу медіатексту (наприклад, фотографія або фільм).

Додаток 5. ПРОПАГАНДА

Додаток 5.1. Найбільш поширені методи пропаганди

(В. Яковлев, 2016)

Метод «гнилого оселедця»

Створюється брехливе обвинувачення, яке має бути максимально брудним і скандальним. Метою «гнилого оселедця» є не доведення обвинувачення, а щоб воно стало предметом публічного обговорення. Залучені учасники дискусії знову і знову промовляють ім'я обвинуваченого у прив'язці до брудного і скандального обвинувачення, ніби втираючи таким чином усе більше «гнилого оселедця» в його «одяг», доки нарешті цей «запах» не почне слідувати за ним скрізь. Тепер при згадці імені звинуваченого, виникає асоціація з питанням «вбив-украє-зарівав...».

Метод працює за рахунок закріплення у свідомості аудиторії прямої асоціації між об'єктом атаки та брудним, скандальним обвинуваченням.

Метод «великої брехні»

Суть методу полягає в тому, щоб із максимальною мірою впевненості запропонувати аудиторії настільки глобальну і жахливу брехню, що практично неможливо повірити, що про таке можна брехати. Правильно скомпонована і добре продумана «велика брехня» викликає у глядача чи слухача глибоку емоційну травму, яка пізніше надовго визначає його погляди всупереч будь-яким аргументам на користь логіки і здорового глузду. (Прикладом може бути повідомлення про «розіп'ятого хлопчика»). Метод схожий на «гнилий оселедець», але працює інакше: «велика брехня» досягає ефекту впливу за допомогою *емоційної травми*, на відміну від прямої асоціації, як «зв'язку» між об'єктом і брехнею, на нього спрямованої.

Метод «Абсолютної очевидності»

Досягає хоч і не швидкого, але надійного результату. Замість того, щоб щось доводити, інформація подається, як щось очевидне, само собою зрозуміле, а тому підтримуване переважною більшістю суспільства. Незважаючи на свою на перший погляд простоту, цей метод надзвичайно

ефективний, оскільки людська психіка автоматично реагує на думку більшості, намагаючись приєднатися до неї. Важливо лише пам'ятати, що більшість обов'язково має бути переважною, а її підтримка – абсолютною і беззаперечною – інакше ефекту приєднання не виникає.

Якщо ці умови дотримані, то число прибічників «позиції більшості» спочатку починає поступово, а потому стрімко рости – переважно за рахунок представників нижчих соціальних прошарків, які найбільше піддаються впливу «ефекту приєднання».

Одним із класичних способів підтримки методу «абсолютної очевидності» є, наприклад, певного роду соціологічні опитування, які демонструють «абсолютну суспільну одностайність» з того чи іншого питання. Утім, методи «чорної пропаганди», не вимагають, щоб така статистика мала хоч якесь наближення до реальності.

Працює через ефект *приєднання* до умовної більшості.

Метод «40 на 60»

Полягає у створенні такого контенту, який на 60 % відсотків наповнений правдивою інформацією для супротивника, що таким чином завойовує його довіру. Решту 40 % використовують для надзвичайно ефективної, завдяки цій довірі, дезінформації.

Працює через *довіру* до переважаючої частини правдивої інформації, завдяки чому, менша частина брехливої інформації стає непомітною.

Простіше кажучи, бойова спец-пропаганда перетворює людину, яка не воліє критично мислити, в зомбі, що не лише активно підтримує вбиті в його свідомість установки, але й агресивно протистоїть тим, хто притримується інших поглядів чи намагається його переконати у зворотному, користуючись логічними доводами.

Методи «чорної пропаганди» діють на аудиторію на рівні глибоких психологічних механізмів таким чином, що наслідки такого впливу важко подолати звичайними логічними доказами.

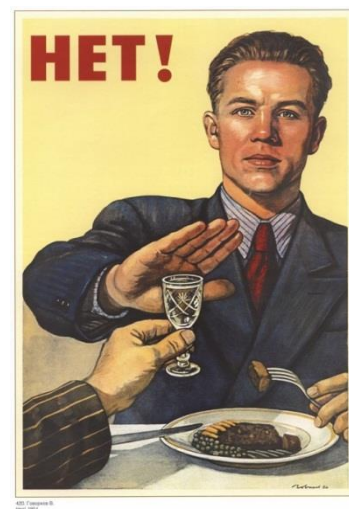
Додаток 5.2. Графічне зображення пропаганди за її гаслами



Пропаганда-зображення «Заклик»



Пропаганда-зображення «Ствердження»



Пропаганда-зображення «Конфлікт - Заперечення»

Графічне зображення пропаганди за її гаслами

Зображення-пропаганда «Ствердження: з вірою в майбутнє»

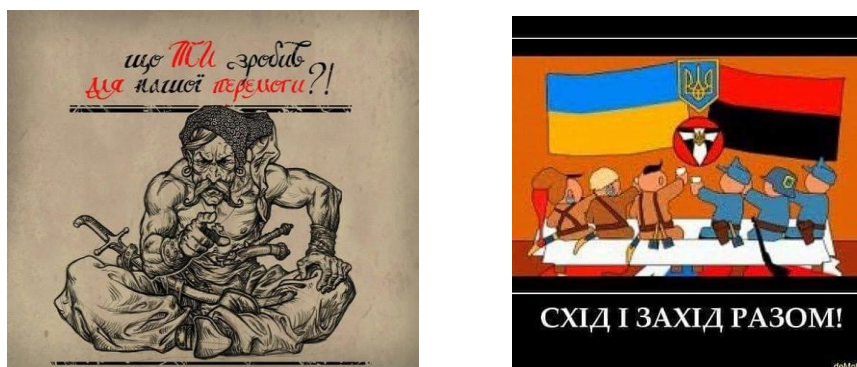


Зображення організоване «зліва направо»: обличчя, фігури, рух – спрямовані у правий бік картинки / кадру

Графічне зображення пропаганди за її гаслами:
українська сучасна пропаганда



«Ствердження»



«Заклик» «Ствердження»



«Заклик» і «Конфлікт: протистояння»

**Графічне зображення пропаганди за її гаслами:
українська сучасна пропаганда**



«Ствердження» (з вірою в майбутнє; зв'язок поколінь/предків)



«Ствердження» (сучасність: фронтальна фігура; зв'язок поколінь/предків)

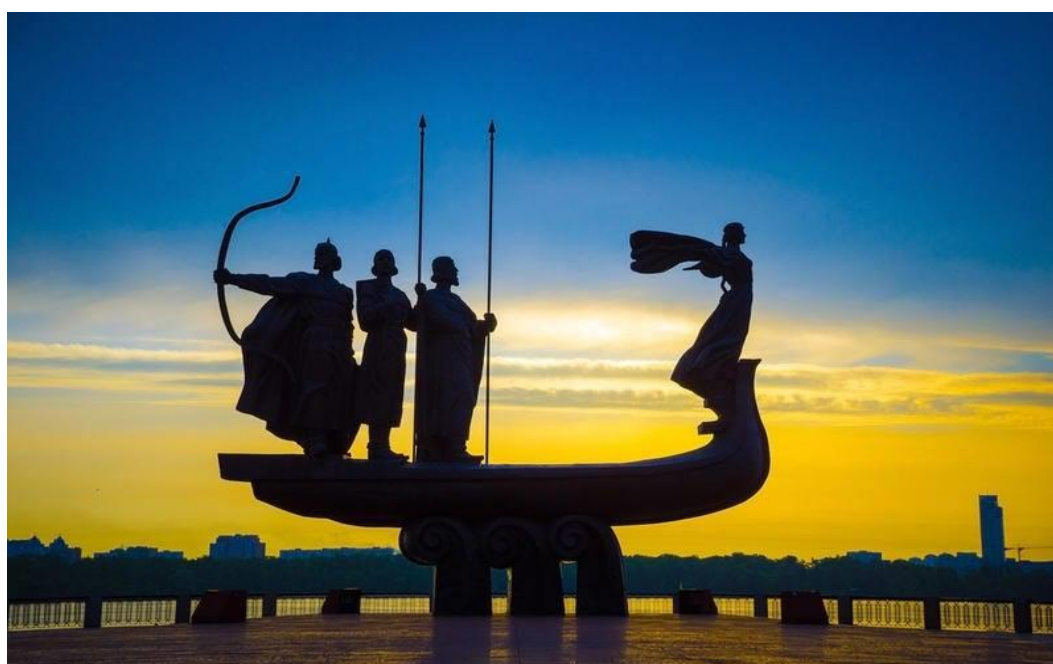


«Ствердження» (сучасність: фронтальна фігура)

Графічне зображення пропаганди за її гаслами:
українська сучасна пропаганда



«Заклик» до культурного відродження українців



«Ствердження» (майбутнє; зв'язок з предками; кольори прапора України).

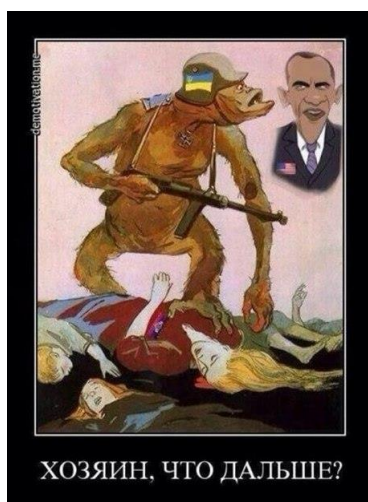
Додаток 5.3. Види пропаганди за способом презентації

«Біла» пропаганда: зображення



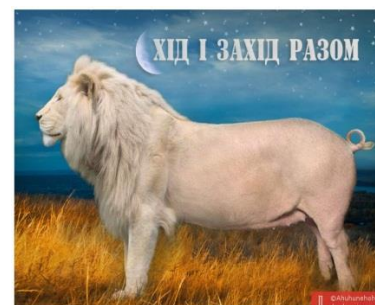
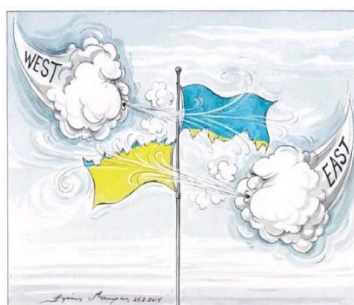
Відкрите просування своїх цінностей, які не зашкоджують інтересам інших

«Чорна» пропаганда: зображення



1. Приниження України, як виконавиці американських інтересів.
2. Паплюження Небесної сотні, а відповідно і українських цінностей.

«Сіра» пропаганда: зображення



1. Україна має розділитися на Бандерівщину і Новоросію.
2. Україна не може визначитися з геополітичним вектором свого розвитку.
3. «Схід» і «Захід» разом – це несумісне, суперечливе явище

Додаток 5.4. Корисні поради «Як зберегти здатність мозку мислити»

(Р. Шутов, 2016)

В умовах інформаційної, ідеологічної війни й повсюдної ворожої пропаганди, здатність людини логічно, самостійно мислити є дуже важливою. Нижче наведені, на перший погляд, незвичні, «не серйозні» поради збереження цієї здатності мозку.

Читайте художню літературу

Постійний потік новин хаотичний і безсистемний, ми в ньому губимося і втрачаємо здатність аналізувати інформацію, що надходить. Натомість хороша художня книжка – це тривалий, розлогий і цікавий сюжет. Вона змальовує події, які пов'язані між собою й розвиваються в часі. Читаючи сторінку за сторінкою, ваш мозок отримує цілісну, логічну картинку.

Так він відпочиває від стресу і знову вчиться мислити.

Дотримуйтеся мінімальної інформаційної гігієни

Гігієна – це чистота тіла. Інформаційна гігієна – чистота свідомості. Ви не любите брати в руки брудні речі, правда? Так само намагайтеся вберегти себе від зайвої, непотрібної інформації. Намагайтеся не читати реклами в метро. Обмежте інтернет-серфінг, який іноді для нас – просто спосіб відволіктися на хвилину від роботи чи написання твору. Вимикайте звук на телевізорі, коли йде реклама.

Ці прості звички звільнять ваш мозок від величезного масиву даних, які «засмічують» його і точно йому не потрібні.

Цікавтеся гуманітарними дисциплінами

Тепер можна знайти літературу, в якій у легкій, доступній формі вам розкажуть про те, як працює політична система, фінансова сфера тощо. Знаючи основи, ви легше сприйматимете (й розумітимете) новини зі світу

політики й економіки – а саме з них складається основна маса новин. Приділіть увагу історії: вона показує, як речі змінюються в часі, як нинішні події пов'язані з минулим – в інформаційному хаосі ми давно втратили відчуття причин і наслідків, а це вміння дуже важливе.

І тут ідеться не так про знання історії, як про *збереження вашої здатності ці причинно-наслідкові зв'язки виявляти* й давати сигнали тривоги, якщо маніпулятори намагаються порушити їх і переконати вас у своїй правді.

Спілкуйтеся офлайн

Живе спілкування – це теж тренування синтетичного мислення. Ми дедалі більше звикаємо користуватися тільки текстом і «смайликами», які умовно позначають емоції. Психологи ж кажуть, що до 70 % інформації ми передаємо в так звані невербальні, тобто несловесні способи: поглядом, мімікою, паузою. Іноді мовчання може дати більше інформації, ніж слова.

Коли ми спілкуємося наживо, мозок зчитує цю інформацію та обробляє її «у фоновому режимі», *складаючи всі сигнали в одну картину*. А це і є та функція мозку, яку ми втрачаємо приділяючи багато часу спілкуванню онлайн.

Читайте не тільки новини, а й аналітику

Новини дають вам відірвані від контексту факти й події; *аналітика їх пов'язує в систему, виявляє причини й можливі наслідки подій, показує їх у динаміці*.

Проте(!), будьте обережні: дозволяючи іншій людині (журналісту, експерту) упакувати для вас факти в систему, ви ризикуєте потрапити під її маніпулятивний вплив. Ця людина може за вас вирішити, як вам розуміти ті чи інші речі.

Додаток 6. Перелік художніх фільмів

Тема 1. Яскраві вияви симптомів ПТСР

«Апокаліпсис нині» (1979, США), режисер Френсіс Ф. Копполла, 153 хв.
(Капітан Віллард отримав відрядження у джунглі Камбоджі для виконання завдання. Він у міру наближення до мети поступово втрачає відчуття реальності та перестає розуміти, що йому робити далі. Фільм веде глядача далеко вглиб людської психіки, а війна є лише фоном для прояву тих людських якостей, які зазвичай не лежать на поверхні).

«Контузія» / *Combat Shock* (1984, США), режисер Бадді Джовінаццо, 93 хв.
(Слоган: «Боротьба, вбивство, лаймінг, апельсини, агенти і тортури в клітці були тільки легкою частиною!», а потім був ПТСР... Френкі – ветеран В'єтнамської війни, побував у полоні, тепер живе у хрущобах Нью-Йорку, перебуває у глибокій депресії).

«Далекий грім» / *Distant thunder* (1988, Канада, США), режисер Рік Розенталь, 114 хв.
(Драма: головний герой уводить групу ветеранів, учасників В'єтнамської війни, які пережили травматичні події і тепер потерпають від емоційних розладів, у глибокі ліси, подалі від суспільства, де вони живуть як ізгої. Раптова зустріч із сином примушує його замислитися над поверненням до людей. Показано багато прикладів ознак ПТСР).

«Війна» (1994, США), режисер Джон Евнет, 125 хв.
(Ветеран війни у В'єтнамі переживає важку психологічну травму, бо на війні був змушений покинути пораненого друга і з того часу потерпає від відчуття провини. Він не працює, має великі проблеми в родині, яка живе у великій скруті).

«Війна» / *Man Down* (2016, США), режисер Діто Монтіель, 92 хв.
(Драма, триллер. Військова кампанія в Афганістані назавжди спотворила психіку Драммара. Він травмований жорстокістю війни і знаходиться у важкій депресії. Військовий психолог відправляє його додому. Проте чи зможе молодий чоловік «повернутися»? Він вже не той, яким був раніше...).

«Народжений 4 липня» (1989, США), режисер Олівер Стоун, 145 хв.
(Драма. Він записався добровольцем у морську піхоту і відправився на війну до В'єтнаму заради своєї країни. Там він випадково вбиває свого товариша по службі і в результаті поранень назавжди втрачає здатність ходити... Наслідки травми і каліцтва стали на перешкоді майбутнього Рона)

Тема 2. Ресурсні для роботи фільми

«Американський снайпер» (2014, США), режисер Клінт Іствуд, 133 хв.
(Слоган: «Одна куля може розповісти велику історію». Біографічна стрічка про Кріса Кайла. Фільм є багато ресурсним для роботи. Мотивація бути військовим: бо патріот і тому доброволець. Це довго було його психологічним ресурсом, однак і він не витримав випробувань війни... Однак знайшов «себе» знову після відновлення через допомогу в реабілітації інших постраждалих; особисті психологічні проблеми; проблеми в родині між місяцями і після їх завершення та ін.).

«Війна» (2015, Данія), режисер Тобіас Ліндхольм, 115 хв.

(Військова драма про данський підрозділ в Афганістані. Під час одного бойового зіткнення гинуть цивільні, а командир звинувачується у військовому злочині. Тим часом його дружина намагається жити звичайним життям та якось впоратися з трьома дітьми, яким не вистачає батька).

«З міркувань совісті» (2016, США, режисер Мел Гібсон, 139 хв.

(Це біографічна стрічка про становлення видатної особистості – Дезмонда Досса, завзятість та вірність переконанням якого, викликають скептицизм бойових товаришів до того моменту, поки вони не опиняються на фронті. Подвиг санітара (біля сотні врятованих), збереження світоглядних позицій, віри, мужність і героїзм «маленької» людини – вражає).

«Дякуємо за вашу службу!» (2017, США), режисер Джейсон Холл, 109 хв.

(У стрічці яскраво відображено посттравматичний стресовий розлад через який страждають три товариша по службі з Іраку. Вони намагаються пристосуватися до нормального життя і подолати стресові спогади про війну).

«Останній помах прапора» 2017, США, режисер Річард Лінклайтер, 124 хв.

(Три друга – ветерани В'єтнаму, відправляються за тілом загиблого в Іраку сина одного з них, щоб гідно поховати героя).

«Меган Ліві» (2017, США), режисер Габріела Каупертвейте, 116 хв.

(Фільм-біографія: після смерті найкращого друга Меган вступає на службу до армії США. Курс молодого бійця дається їй нелегко, проте вона вирішила не відступати. Попереду відрядження в Ірак... Військові травми і втрати накладаються на травми дитинства, негаразди в родині ставлять майбутнє під загрозу. Цитата: «Треба жити далі, шукати вихід з проблеми і шукати вихід до тих пір, доки на твою могилу не почнуть кидати землю!»).

«Володар бурі» (2008, США), режисер Кетрін Бігелоу, 126 хв.

(Захоплення боєм часто перетворюється в сильну і невиліковну залежність, тому що війна - це наркотик. Сапер-підричник, який, незважаючи на небезпеку, ставиться до знешкодження бомб, як до гри. Він здається цинічною і розчарованою людиною, яка йде на непотрібний ризик. Війна – його справжня пристрасть).

«Міна» 2016 (США/Іспанія/Італія), режисер Фабіо Гуальоне, Фабіо Резинаро, 106 хв.

(Військова драма про мужність, силу волі і ... травму дитинства, яка, будучи не відпрацьованою, робить воїна емоційно більш вразливим).

«Форпост» (2020, США, Болгарія), режисер Род Лурі, 123 хв.

(Екшен, війна в Афганістані. Травма: «почуття провини» за смерть друга).

«Взвод» / Platoon (1986, США), режисер Олівер Стоун, 119 хв.

«Кіборги» (Україна, 2017), режисер Ахтем Сеїтаблаєв, 110 хв.

(Актуалізація цінностей і смислів: «За що воюємо?». Ознаки розладів у деяких героїв).

Тема 3. Нейтральні сюжети з наявністю травми у кіногероїв

«**Легенда Багера Ванса**» (2000, США), режисер Роберт Редфорд, 126 хв.
(*Вміння відновити власну систему цінностей і смислів. Підтримка друзів*).

«**Форрест Гамп**» (1994, США), режисер Роберт Земекіс, 141 хв.
(*психологічно ресурсний фільм: герой маж розумову відсталість, проте характеризується добротою, дитячою безпосередністю й водночас у важкі хвилини здатен проявляти чоловічу поведінку, здійснити подвиг, допомогти ближньому*)

«**Запах жінки**» (1992, США), режисер Мартин Брест, 156 хв.
(*Якщо ти не потрібен собі, то це не значить, що ти непотрібен нікому*).

«**Мандри Гектора у пошуках щастя**» (2014, Канада, ЮАР, Велика Британія), режисер Пітер Челсом, 114 хв.
(Легка комедія з філософським змістом, яка розкриває секрети щастя. Висновок: «Кожна людина забов'язана бути щасливою!»).

«**Недоторканні**» (2011, Франція), режисери Олів'є Накаш та Ерік Толедано, 112 хв.
(*Комедія. Не варто зациклюватися на своїх фізичних проблемах: попри все, життя може бути веселим, цікавим і непередбачуваним*).

«**Людина доби Відродження**» (1994, США), режисер Пенні Маршалл, 128 хв.
(*«Завжди кажи собі правду», «Місія однієї людини – навчити небагатьох, але справжніх гордих ...»; стрічка не тільки про виховання інших, а й про перевиховання себе; баланс гумору і розумних думок*).

«**Майор Пейн**» (1995, США), режисер Нік Касл, 92 хв.
(*Комедія: ознаки ПТСР, здатність зробити ціннісний вибір, змінити життя на краще*)

«**Собака на ім'я Дюк**» (2012, Канада), режисер Марк Джин, 86 хв.
(*Ветерану Террі не пощастило в житті - він втратив і роботу, і будинок, а одного дня улюбленець Дюк/Герцог серйозно захворів... Переоцінка цінностей і способу життя, позитивний фінал*).

Тема 4. Для жінок комбатантів: міжособистісні проблеми

«**Брати**» (2004, Данія, Великобританія, Швеція, Норвегія), режисер Сюзанна Бір, 117 хв.
(*Військова, сімейна драма*)

«**Брати**» (2009, США і Велика Британія), режисер Джим Шерідан, 105 хв.;
(*Військова, сімейна драма. Деяко інша інтерпретація попереднього сюжету*).

«**Дякуємо за вашу службу!**» (2017, США), реж. Джейсон Холл, 109 хв.;

«**Американський снайпер**» (2014, США), режисер Клінт Іствуд, 133 хв.
(*Воєнна драма, біографічний фільм, в якому вагому частину займає відображення непростих родинних стосунків*).

«**Мама**» (2021, Україна), режисер Тарас Ткаченко, телесеріал: 4 серії.

Інші художні стрічки у «скриньку» психолога

«Суцільнометалева оболонка» / Full Metal Jacket (1987, США), режисер Стенлі Кубрик, 116 хв.

«Доброго ранку, В'єтнам!» (1987, США), режисер Баррі Левинсон, 114 хв.

«Висота «Гамбургер» (1987, США), режисер Джон Ірвін, 112 хв.

(«Найреалістичніший образ В'єтнамської війни, який колись знімався»)

«Облога бази Глорія» (1989, Австралія/Філіпіни/США), режисер Браян Тренчард-Смит, 95 хв.

(Група морських піхотинців потрапляє на базу вогневої підтримки «Глорія». Її гарнізон займається лише тим, що пиячить і розважається як може. Морпіхи досить швидко налагоджують дисципліну і беруть ситуацію в свої руки, але...).

«Військові втрати» (1989, США), режисер Браян Де Пальма, 113 хв.

(Драма. Міжособисті стосунки: відстоюючи свою позицію, солдат Еріксон змушений протистояти всьому взводу і його командирі сержанту).

«Війна з примусу» (2008, США), режисер Кімберлі Пірс, 112 хв.

(Ветерану, Герою Іракської війни продовжують місію, проте сержант Брендон Кінг, виконавши обов'язок перед Батьківщиною, не бажає знову брати до рук зброю і намагається повернутися до цивільного життя...).

«Уцілілий» (2013, США), режисер Пітер Берг, 121 хв.

(Біографічна військова драма. Операція «Червоні крила»).

Перша і Друга світові війни:

«1917» (2019, Велика Британія), режисер Сем Мендес, 119 хв.

«День пам'яті» (2011, США), режисер Семюел Фішер, 104 хв.

«Лють» (2014, США), режисер Девід Еєр, 134 хв.

Вітчизняні фільми про війну 2014-... р.:

Воєнна драма:

«Кіборги» (Україна, 2017), режисер Ахтем Сеїтаблаєв, 110 хв.

«Іловайськ 2014. Батальон Донбас» (2019), режисер Іван Тимченко, 120 хв.

«Черкаси» (Україна, Канада, США, 2020), режисер Тимур Яценко, 94 хв.

Екшн, бойовик:

«Позивний Бандерас» (Україна, 2018), режисер Заза Буадзе, 113 хв.

Сімейна, воєнна драма:

«Тримай біля серця» (Україна, 2018), режисер Валерій Шалига, 108 хв.

Комедія:

«Наші Котики» (Україна, 2020), режисер Володимир Тихий, 113 хв.

Арт-хаус:

«Атлантида» (Україна, 2019), режисер Валентин Васянович, 105 хв.

Телесеріали:

«Кіборги» (Україна, 2017), режисер Ахтем Сеїтаблаєв, 4 серії

«Доброволець» (Україна, 2020), режисер Ахтем Сеїтаблаєв, 6 серій

Додаток 7. Варіанти проведення методики «Медіаклуб»

Додаток 7.1. Додаткові формати проведення методики «Медіаклуб»

Рольовий формат медіаклубу – один з найбільш поширених. Передбачає аналізування переглянутого медіаконтенту учасниками з позицій певних ролей. Ролі призначаються/обираються на підготовчому етапі перед переглядом і презентують такі підходи спрямованого сприймання й обговорення фільму як:

«глядацький» – у процесі перегляду цей підхід забезпечує цілісне безпосереднє сприйняття медіапродукту: зосередженість на власних переживаннях та емоціях, які стимулюють зацікавленість у його перегляді; акцент робиться на з'ясування того, *«які думки та почуття виникли?»*;

«авторський» – реалізує такий тип сприймання медіатексту, який умовно визначає позиції його творця(-ів) і має виявити головну думку, мету твору та яким чином вони реалізовувалися; *«авторське»* сприймання передбачає розкриття таких питань як: *«що хотів сказати автор?»*, *«в який спосіб автор доніс свою думку до аудиторії?»*, *«які художні, технічні засоби він застосовував?»*; тобто, акцент робиться на тому, *«як зроблено?»*;

«експертний» – реалізує інший тип сприймання медіатексту, який здійснюється з позиції експерта-спостерігача або групи спостерігачів; це настановлення глядача на свідомо контрольований, неупереджений, безоцінковий перегляд, що гарантує *об'єктивний підхід до аналізу запропонованого медіатексту* (у роботі цієї команди глядачів бере участь модератор); акцент робиться на аналізі та критичному, аргументованому оцінюванні медіаконтенту.

Після перегляду за визначеними ролями здійснюється спільне обговорення переглянутого фільму за таким порядком: спочатку висловлюються *«глядачі»*, потому – *«автори»* і насамкінець *«експерти»*.

«Глядацька» експертиза медіатексту, яка виносить на розсуд аудиторії, здійснюється у вільному форматі: емоційному, аналітичному, змішаному, необов'язково послідовно.

Потому «автори» розкривають способи реалізації задуму фільму: коментують внесок режисера, сценариста, оператора, звукорежисера, акторів, акцентують на художніх засобах, застосованих у створенні медіапродукту, на грі акторів (переконлива, талановита чи ні).

«Експертні» оцінки вислуховуються наостанок. Експерти аналізують і узагальнюють усе вище сказане, уточнюють, коментують, відповідають на запитання аудиторії.

Такий формат медіаклубу спрямований передусім на розвиток візуальної медіакультури. Разом з тим, саме розподіл учасників медіаклубу на підгрупи за певними категоріями, може мати сенс в роботі з комбатантами та їхніми родинами.

Наприклад: на спільних заняттях з подружніми парами можна також виокремити три рольові групи – «чоловіків-комбатантів», «дружин комбатантів», «експертів» (в останню групу має входити психолог, він же модератор). Група «чоловіків-комбатантів» аналізує, аргументує переживання, поведінку комбатантів – героїв фільму; група «дружин комбатантів» аналізує, аргументує емоції, поведінку дружин комбатантів, представлених у фільмі; група «експертів» уточнює, корегує аргументи кожної з груп, узагальнює роботу і «надбання» обох груп.

До речі, можна застосувати контр-версійний прийом: психологічні, поведінкові особливості комбатантів у фільмі має аналізувати, пояснювати жіноча частина аудиторії медіаклубу і навпаки, спробувати зрозуміти й пояснити переживання, дії дружин комбатантів у фільмі – чоловіча частина глядацької аудиторії. Своєю чергою «експерти» аналізуватимуть принцип «постав себе на її/його місце» в обох рольових групах та узагальнять спільну роботу, акцентуючи на позитивних, конструктивних моментах.

Інтерпретаційний формат медіаклубу запозичено як ідею з аналізу світлин у рамках візуальної соціології (Штомпка, 2007) та модифіковано до потреб перегляду фільмів. Суть формату полягає у застосуванні різних інтерпретаційних підходів щодо сприйнятого з метою уможливити всебічний аналіз візуального медіатексту загалом і художнього медіаконтенту зокрема. Розподіл інтерпретаційних підходів щодо перегляду і аналізу фільму між учасниками здійснюється також на підготовчому етапі.

Інтерпретаційними підходами є «гуманістичний», «соціальний», «психологічний», «історичний», «культурологічний», «естетичний», «патріотичний» та інші актуальні підходи. Розгляньмо найбільш поширені.

Гуманістичний підхід дає змогу інтерпретувати медіатекст з позиції його автора(-ів): «Чому режисер зняв саме цей фільм?», «Чому оператор такий-то епізод зняв у такий спосіб?», «Що він побачив у цьому цікавого, вартого уваги?», «Що хотів сказати своїм фільмом режисер?» тощо. Гуманістичний підхід певним чином перегукується з «авторською» роллю попереднього формату медіаклубу, але смисловий акцент підходу на відміну від попереднього формату «як це зроблено?» робиться саме на тому, «що хотіла сказати одна група людей (авторів) іншій (глядачам)?».

Підхід *соціальної взаємодії* передбачає наявність відображення у фільмі проблем соціуму; підхід інтерпретує відображену у фільмі подію як візуалізований аспект реального суспільного життя; аналізує і розкриває різні типи соціальної взаємодії в заданому медіаконтенті: «спілкування індивідуалізоване», «поруч, але не разом», «велика група, але єдина та спільна», «дружні групи», «ворожі групи», «протистояння/конфлікт» тощо.

Психологічний підхід дає можливість акцентувати увагу на переживаннях героїв, їхніх мотивах, діях, вчинках, подвигах; реконструювати психологічний стан героя або, наприклад, провести паралель між психологічними переживаннями героїв минулих історичних подій із світосприйняттям, переживаннями сучасників у схожих ситуаціях.

Культурологічний підхід допомагає сфокусувати увагу на культурному аспекті медіатексту. Так, культурне тло, архітектура, символіка, одяг, що потрапляють у кадр, можуть розкрити, уточнити, інформаційно збагатити культурний контекст події; культурологічний підхід інтерпретує співвіднесення дії фільму з відображеними в ньому навколишніми предметно-культурними, технічними, політичними, економічними реаліями.

Історичний інтерпретаційний підхід полягає в тому, що будь-які медіатексти, і художні стрічки у тому числі, аналізуються з урахуванням відображених історичних, біографічних подій; висувається гіпотеза значущості впливу минулих подій на перебіг подій сучасності, сучасних подій на майбутні; з'ясовується питання передачі історичної достовірності сюжету, можливих неточностей, причина цих відхилень (задум автора чи його некомпетентність).

Естетичний підхід розглядає візуальний медіатекст крізь призму його художності, образної цінності; допомагає розрізнити медіапродукцію за категоріями: «фільм-товар» як зразок масової культури (таких фільмів більшість); «фільм-пропаганда», що також має «право на життя», особливо в історичних, воєнно-патріотичних контентах; «фільм-твір» – мистецький твір високого художнього ґатунку тощо.

У контексті проблематики патріотизму і зміцнення за допомогою медіаресурсів мілітарного патріотизму зокрема, маємо зазначити, що дидактичний матеріал у медіаформаті художніх фільмів, як правило, має пропагандивний характер. Проте, для перегляду важливо добирати такі стрічки, в яких пропаганда є збалансованою – не переважає над змістовим, образним наповненням. Так, переважна більшість передвоєнних, воєнних і повоєнних стрічок радянського кінематографу 30-40-х рр. минулого століття «хворіла» на пафос і домінування ідеологічної пропаганди. Значно меншою мірою пропаганда є присутньою у перших стрічках незалежної України 90-х років (фільми режисера Олеся Янчука, зокрема «Нескорений» (2000, Україна-Канада), «Залізна сотня» (2004, Україна) та ін.). Прикладом

пропорційної, виваженої пропаганди є х/ф «Далекий постріл» (режисер В. Шалига, 2005, Україна), х/ф «Кіборги» (режисер А. Сеїтаблаєв, 2017, Україна), х/ф «Американський снайпер» (режисер К. Іствуд, 2014, США).

Патріотичний інтерпретаційний підхід концентрує увагу на поведінці, висловлюваннях, вчинках кіногероїв з позиції їхньої любові до Батьківщини; передбачає виявлення репрезентованих у фільмі складових патріотизму особистості (емоційної, світоглядної, дієвої).

Медіапсихологічний підхід дає можливість визначити різноманітні технології впливу на емоції, свідомість перцепієнтів; дозволяє уточнити найбільш «ефективні» (візуальні, звукові, музичні) моменти та прийоми, за допомогою яких здійснюються психологічні ефекти впливу на глядача.

Інтерпретаційні підходи в реалізації методики медіаклубу допомагають аналізувати медіапродукт з різних боків, що дає можливість зрозуміти його більш багатогранно: глибше розкрити суть змісту, усвідомити очевидні і приховані смисли, побачити буденне в незвичному ракурсі.

Тим, хто має досвід війни, не завжди цікаво дивитися про війну. Проте, якщо немає сильного спротиву з боку учасників, для психологічної роботи не важливо, щоб фільм подобався чи не подобався, головне, щоб він викликав почуття, з якими можна було б працювати.

Додаток 7.2. Пропоновані теми воєнного, патріотичного змісту для проведення медіаклубу за форматом «Ілюстрація»

Тема обговорення: «Деструктивні і конструктивні шляхи подолання психологічної проблеми комбатантів».

Тема обговорення: «Особливості стосунків в родині комбатанта»

Тема обговорення: «Життєві цінності і смисли захисників України»

Дискусія: «За які ідеали і цінності воювали українці в різних арміях світу?» (Червоної армії; Української повстанської армії; у сучасній українській армії війні, що триває з 2014 року).

Дискусія: «Роль національного прапора для вояків різних армій».

Додаток 8. Посилання на відео для роботи психолога: інтернет-ресурси

Додаток 8.1. Посилання на відео для психоедукації саморегуляції психоемоційних станів

1. *Як стрес впливає на Ваш мозок.* Джерело: https://www.ted.com/talks/madhumita_murgia_how_stress_affects_your_brain/transcript?language=uk#t-152800
2. *Три головних частини вашого мозку.* Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=5CpRY9-MIHA>
3. *Вікно толерантності.* Казка про дві землі. Джерело: [Tracey Farrell](https://www.youtube.com/watch?v=ZVEDueyZ2C4)
<https://www.youtube.com/watch?v=ZVEDueyZ2C4>
4. *Анімоване відео про кошмари.* *Destiny - Animation Short*. Джерело відео https://www.youtube.com/watch?v=wEKLEeY_WeQ&fbclid=IwAR0TOeZL7ilqcyg16xxqIxLpJWC1-tnVXFkTpQN5WSgDsaA62GEyixmH8Ws
5. *Лімбічна система мозку та її роль у психотравмі.* *The Limbic Brain And Its Role In Trauma*. Джерело: Youtube канал [Dr. Russ Harris - Acceptance Commitment Therapy](https://www.youtube.com/watch?v=a-ddSEHRWVg): <https://www.youtube.com/watch?v=a-ddSEHRWVg> (англійською мовою з субтитрами).
6. *Посттравматичний стресових розлад (ПТСР).* Джерело: https://www.ted.com/talks/joelle_rabow_maletis_the_psychology_of_post_traumatic_stress_disorder

Додаток 8.2. Посилання на відео з вправами для саморегуляції психоемоційних станів

1. *Техніка «Дихання по квадрату».* Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=DD1Yj27FZLA>

2. Метод «Ключ» Хасая Алієва. Про метод. Джерело:
<https://www.youtube.com/watch?v=02616T1bMjU&feature=youtu.be>

3. Метод «Ключ» Хасая Алієва. Вправи. Джерело:
<https://www.youtube.com/watch?v=YoxVdS8Z-Rc>

4. Техніка прогресивної м'язової релаксації за Джекобсоном.
Джерело

<https://www.youtube.com/watch?v=BQqvVuLzXko&t=719s> (методика та вправи)

<https://www.youtube.com/watch?v=k6Kz48NJ4xg&t=26s> (лише вправи)

Додаток 8.3. Посилання на відео для блоку психоедукації подружніх стосунків, про особливості подружнього спілкування

1. Техніка активного слухання. Епізод гумористичного серіалу «Теорія великого вибуху» Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=pU7-RoxPyvU>

2. Емпатичне підтримуюче слухання. Гумористичне відео «Гвоздь во лбу». Джерело:
<https://www.youtube.com/watch?v=CKqKgYc6VxA&fbclid=IwAR2CEn8C5iUYmMnlFryGQ0jbGTjAZUtatEjAnBm1drGCfV6oxvDfPibGrSQ>

3. Різні точки зору та швидкі висновки під час конфліктної ситуації. Серія гумористичних відео «Не судіть надто швидко».

Джерело: <https://www.youtube.com/watch?v=UP8NRgWtPaE>

Додаток 8.4. Посилання на відеонарізки з фільмів про взаємодію у подружніх стосунках з комбатантом, що має ПТСР

1. YouTube-канал Media Laboratorija. Джерело:
https://www.youtube.com/channel/UC9eZqcjIE7f_Myyfy6oC5nA

Додаток 9. Медіаторчість комбатантів: зразки

Додаток 9.1. Візуальна медіаторчість

Світлина «Тризуб»



Світлина «Не треба помирати за Україну – за Україну треба боротися!»



Світлини з тваринами



Світлини з улюбленцями



Світлини з улюбленцями. (Фотоприйом «ракурс»)



Світлини з «побратимами»



Світлина: крупний план. Візуальна тема «Руки Воїна»



Фотоколаж



Новорічний дизайн



Інсталяції



Інсталяції



Інсталяція + перформанс



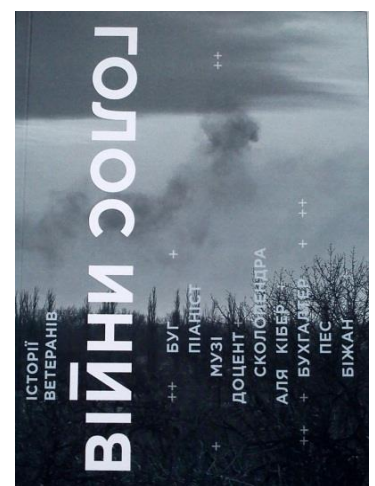
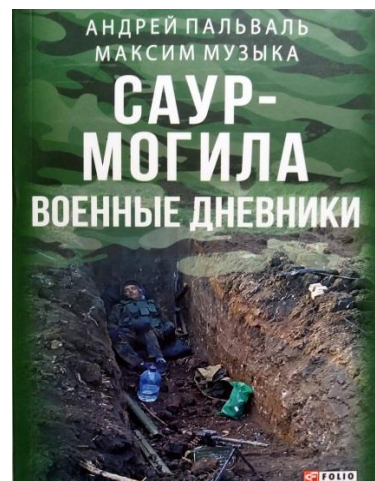
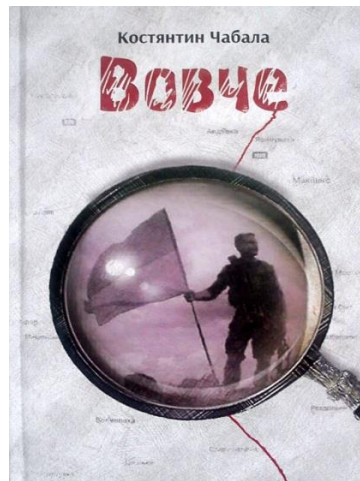
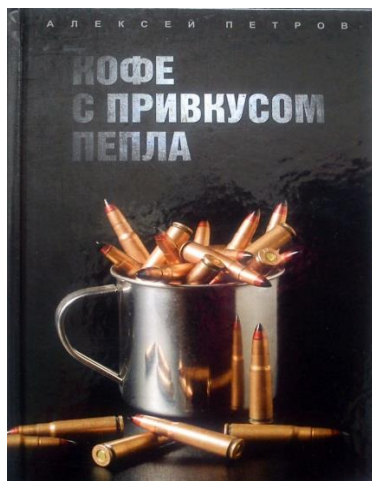
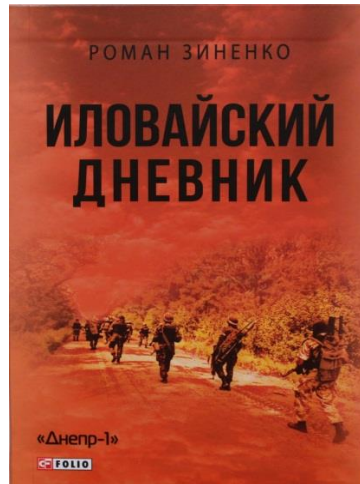
Перформанс



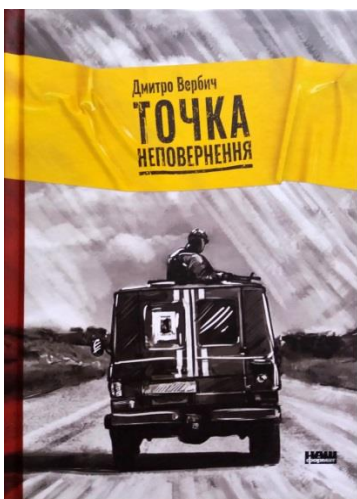
Перформанс



Додаток 9.2. Книжки, написані аматорами – ветеранами АТО/ООС



Додаток 9.2. Книжки, написані аматорами – ветеранами АТО/ООС



Додаток 9.3. Рекламні ролики створені аматорами – ветеранами АТО/ООС



1. Краш-тест Берців демісезонних Талан-ЗСУ від ДМБ-Лабораторії (10хв.12 сек.) / <https://www.youtube.com/watch?v=CIY1J2XPgkc&feature=share>



2. Краш-тест Труханів «Чоловіча білизна "Regata Club"» (2 хв.11 сек.)

Додаток 10

Методика групової роботи з військовослужбовцями стосовно комунікації в сім'ї та стосунках: «Сім'я потім армія. Де поставити кому?»

(Автори: Умеренкова Н.Ф., Вакулюк-Лукашук О.В)

Мета: розширити спектр прийомів для налагодження взаєморозуміння у стосунках військовослужбовців з найближчим оточенням та здійснити моніторинг існуючих проблемних моментів.

Завдання:

- 1) Розглянути та проаналізувати роль і місце сім'ї та армії у житті військовослужбовців.
- 2) Розглянути підходи до налагодження взаєморозуміння у стосунках через використання прийомів уточнень та узгоджень у спілкуванні.
- 3) Розкрити проблему здійснення передчасних висновків у ситуаціях, які потенційно можуть зумовити конфлікт у стосунках.

Методика складається із чотирьох взаємодоповнюючих блоків. Апробацію здійснено у форматі групової роботи на базі військових частин Національної гвардії України. Під час апробації проведено три заходи, у яких загалом взяло участь 75 осіб (офіцери та військовослужбовці, які проходять службу за контрактом).

Методика буде корисною для військових психологів, капеланів, цивільних психологів та інших фахівців, які працюють з особовим складом.

Хід проведення.

Організаційні моменти. Незалежно від того, яка кількість учасників, зустріч варто проводити за участі двох співведучих, які заздалегідь розподіляють ролі. Також варто враховувати гомогенність групи. Тобто необхідно окремо проводити групи з чоловіками, окремо із жінками. Також у

групі мають бути або лише одружені/заміжні, або лише неодружені. Допускається група, у якій можуть бути одружені/заміжні учасники та учасники, які тривалий час у стосунках, але не в офіційному шлюбі. Якщо захід проводиться для неодружених учасників, хід проведення не змінюються, лише змінюється акцент із сім'ї на стосунки.

Необхідні технічні засоби: серветки, ноутбук та проектор для роботи з презентацією та відео. Тривалість: 1-1,5 год.

Блок І. Вплив сім'ї (стосунків) та роботи на психологічний стан військовослужбовця.

Мета: налагодити контакт з групою, виявити ставлення учасників до сім'ї (стосунків) та армії у розрізі пріоритетів.

На початку зустрічі на слайд виводиться назва «**Сім'я потім армія. Де поставити кому?**». Якщо захід проводиться для неодружених, назву зустрічі і, відповідно, слайду необхідно замінити на «**Стосунки потім армія. Де поставити кому?**»

Після вітання ведучий може сказати наступні слова «Нас сьогодні запросили сюди, щоб ми провели зустріч на тему стосунків у сім'ї. І ви можете бачити на слайді, що ми навіть, назву таку придумали, щоб поміркувати, як воно буває в житті і як знайти баланс, бо він кожному необхідний. Але ми не хотіли б, аби наша з вами зустріч була схожа на лекцію, де одні щось говорять, а інші роблять вигляд, що слухають. Можливо, є питання, які вас цікавлять в рамках сьогоднішньої теми? Ті які Ви готові тут сьогодні підняти, щоб наша зустріч пройшла наближено до того, що вам цікаво, а не так, щоб ми просто щось порозказували, хоча в нас і є що.»

Відповіді на питання.

Якщо питань немає можна використати презентацію з наступним слайдом (рис.1) додавши пояснення: «У 2017 році колеги провели опитування військовослужбовців (Дідик, 2018) про те, як впливає на військового сім'я і

робота. Результати відображені на діаграмі (рис.1). А як вважаєте ви? До якого розподілу схильняєтесь ви зараз?»

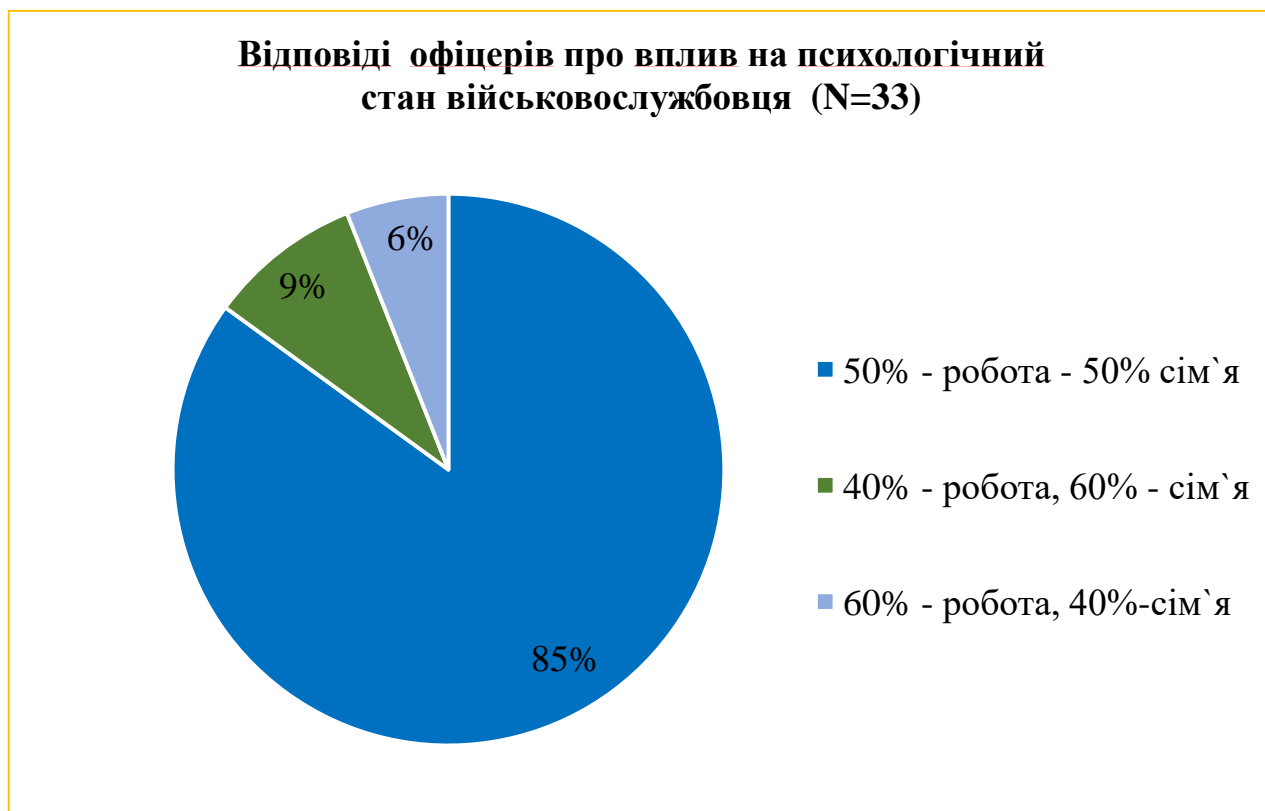


Рис. 1 Категорії впливу на психологічний стан військовослужбовця

Відповіді на це питання можуть викликати дискусію у групі. Одні учасники будуть «захищати» позицію, що перш за все сім'я, інші – армія. Кожен буде обґрунтовувати свою позицію. Важливо в цей момент уважно слухати аргументації, оскільки вони розкривають стан міжособистісного спілкування у сімейних стосунках учасників, що висловлюються.

Наприклад, можуть звучати думки: «залежно від ситуації, бо коли в сім'ї хтось хворіє, то армія відходить на другий план» або «якщо стоїть завдання виїзду на ротацію, то тут вся увага на армії і сім'я відходить на другий план». Також можуть бути варіанти «якщо в сім'ї негаразди, то це впливає і на службу» або «якщо на службі негаразди, то це впливає і на сім'ю». Додатково можуть звучати думки «в армію ми прийшли заради того, щоб захищати сім'ю, тому сім'я на першому місці» або «сім'я має розуміти мій вибір, адже армію я вибрав заради того, щоб захищати сім'ю-тому армія на першому місці».

Тобто узагальнення цієї частини зводиться до думки, що залежно від ситуацій і обставин наш фокус уваги може змінюватися і це нормально, головне, щоб зміна цього фокусу уваги не впливала надмірно на жодну із сфер, інакше це призводить до конфліктів. Додатково можна поставити запитання *«Що на вашу думку призводить до конфліктів у сім'ї або стосунках?»*. Говорячи про стосунки, ми маємо на увазі військових, які неодружені (не заміжні) але мають стосунки. Підсумовуємо відповіді. Як правило усі відповіді, можна підсумувати до взаєморозуміння і спілкування.

Блок II. Підтримуюча поведінка партнера

Мета: виявити уявлення учасників про підтримуючу поведінку партнера, визначити проблемні зони, які потребують додаткової уваги

Цей блок може початися такими словами *«Колеги, провели опитування військовослужбовців (Дідик, 2018) про те, якою має бути поведінка дружини (чоловіка, партнера), щоб військовий її відчував, як підтримуючу. Ось такий список у них вийшов (рис.2). Подивіться, будь*

1. – заздалегідь планує та узгоджує спільні з чоловіком справи;
2. – не порівнює з іншою родиною;
3. – довіряє чоловіку;
4. – підтримує та розвиває любов дитини до тата;
5. – поважає професію чоловіка;
6. – вміє слухати і чути;
7. – нормально реагує, коли у зв'язку зі службовим завданням, чоловік не часто телефонує;
8. – дає чоловіку відчуття, що на нього чекають вдома;
- 9.– забезпечує, щоб вдома все було добре;
10. – піклується про дітей;
- 11.– підтримує наявність інтимної близькості у стосунках з чоловіком.

ласка, на цей список Як він вам зараз? Чи все в ньому є, чи щось хочеться додати? Може щось із цього списку ви б хотіли сьогодні обговорити?»

Рис.2 Очікування військовослужбовців стосовно підтримуючої поведінки з боку дружин

Важливо! Відповіді на питання цього блоку можуть давати важливу інформацію для розуміння ситуації у стосунках військовослужбовців, розкривати картину їхніх ціннісних орієнтацій. Ведучі не роблять ніяких оцінок висловлювань учасників. Створюється простір для будь-яких висловлювань. Завдання ведучих модерувати ці висловлювання з орієнтацією на позитивну динаміку групової роботи. Отриману інформацію ведучі аналізують після зустрічі.

Блок III. Право на різну точну зору.

Мета: розглянути право на різну точну зору як одну із складових взаєморозуміння у стосунках.

Ведучий розпочинає цей блок, демонструючи на екрані слайд із зображенням (рис.3). Просить підняти руку тих, кому ця картинка знайома. Якщо такі є, просить, їх утриматись від коментарів. Інших учасників просить подивитись на малюнок і озвучити, що вони бачать. **Обов'язково!!** Озвучується, що це не тест на виявлення якостей чи характеристик, а лише спільна вправа, яка просто може бути цікавою для обговорення.



Рис. 3.

Різі учасники по-різному висловлюють своє бачення на картині. Ведучі, не критикують, не обговорюють ці бачення, а просто слухають і узагальнюють словами (не записуючи). Коли всі висловлювання закінчились, ведучий може запитати «Хто бачить тут жінку, підніміть руку?». «А скільки років жінці, яку ви бачите?». Учасники надають відповіді (хтось говорить про молоду жінку, хтось про стару). Частіше учасники бачать молоду жінку, якщо у групі таких більшість, то можна поставити запитання «Хто бачить стару жінку?». В цей момент учасники, які бачать молоду жінку не можуть уявити, як там можна побачити стару. Якщо така дискусія відбувається, варто дати їй можливість кілька хвилин розгортатися. Далі ведучий виводить на екран наступний слайд із зображенням (рис.4) і додає пояснення, що там де червона стрілочка, підборіддя старої жінки на малюнку.



Рис. 4.

Після того, коли всі учасники побачили і молоду і стару жінку, ведучий підводить підсумок вправи питанням «Про що говорить ця вправа, яку ми з вами зараз робили?». Як правило, учасники відповідають, що про різну точну

зору на одну і ту ж ситуацію. І ведучий доповнює це повідомлення, *що різні точки зору не завжди означають неправильність, але залежно від точки зору і поточного фокусу уваги – відбувається спілкування у стосунках. Запорукою взаєморозуміння є те, наскільки ми готові бачити і чути іншу точку зору у стосунках зі своїм партнером.*

Блок IV. Передчасні висновки та їх наслідки.

Мета: продемонструвати деструктивний вплив передчасних висновків, спонукати учасників уточнювати інформацію у міжособистісному спілкуванні.

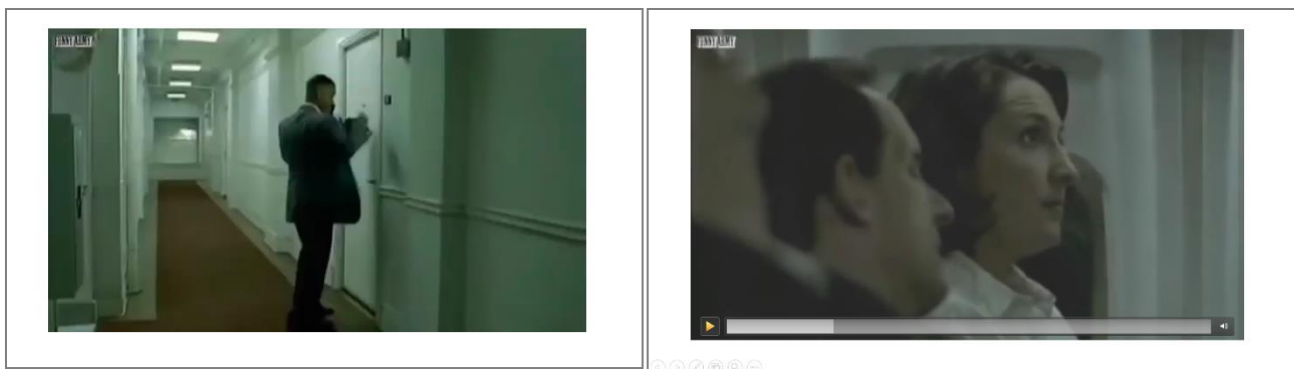
Ведучий починає блок таким повідомленням: *«Чи завжди наші близькі люди розуміють нашу точку зору? Чи завжди ми вміємо аргументувати і пояснити цю точку зору так, щоб її сприйняли? Нам хочеться думати, що ми говоримо все дуже зрозуміло і доступно, а нас не чують, або не ясно, чому ображаються. І тоді стає образливо нам. Це стандартна ситуація для всіх людей, не лише військових. І причина у всіх теж стандартна. Пропонуємо зараз разом на неї подивитися».*

Ведучий роздає усім учасникам по одній серветці. Пропонує розгорнути серветки повністю подивитися на них. Ведучий також розгортає серветку перед учасниками і пропонує учасникам спільно виконувати інструкцію, слухаючи те, що він говорить і повторювати дію з серветкою. Далі, у середньому темпі (не повільно, і не надто швидко, але досить динамічно) ведучий говорить: *«Складаємо серветку удвоє, надриваємо посередині, складаємо удвоє, надриваємо з лівого боку складаємо удвоє, надриваємо з правого боку, складаємо удвоє, надриваємо посередині».*

Далі ведучий просить усіх учасників розгорнути серветки, подивитись на свою серветку і на серветку сусіда праворуч і сусіда ліворуч і говорить *«Зверніть увагу, усі чули однакові слова, але чи є однакові серветки?» «На яку думку вас нашттовхує ця вправа?»*

Після висловлювань учасників, ведучий підводить підсумок: *«Перша причина порушення взаєморозуміння – ми не уточнюємо, як саме нас*

зрозуміли, очікуючи, що нас зрозуміли правильно. Друга причина порушення взаєморозуміння – коли ми робимо передчасні висновки, опираючись на свою точку зору, через свій фокус уваги». Ведучий пропонує спільно переглянути



кілька однохвилинних роликів, які виводить на екран (два сюжети із відео Додаток 8.3.; скріни рис.5).

Рис. 5. Фотоскріни з відео «Не судіть надто рано»

Для початку обговорення роликів можна запитати *«чи були у когось в житті схожі випадки?», «щоб ви робили, якби були на місці свідка кінцевого кадру у кожного з роликів?», «якою мала б бути конструктивна реакція у такому випадку і як її можна досягти?»*

Підсумки. *«Сьогодні ми обговорювали значення сім'ї та армії для військовослужбовця; говорили про важливість звертати увагу на точку зору партнера, яка може відрізнитися та важливість не робити передчасних висновків і уточнювати, чи вірно нас розуміють». Завершуючи зустріч ведучий ставить питання «Що вам сьогодні було цінним, цікавим, або можливо по-новому на щось подивилися?». Відповіді можуть бути або їх може не бути. Можуть бути додаткові питання, які не стосуються теми зустрічі, але стосуються сімейних (партнерських) стосунків. Важливо взяти до уваги озвучені запити. Якщо запити дуже конкретні (наприклад, про сина, дружину, конкретну ситуацію), варто запросити учасника підійти індивідуально. Якщо запити більш узагальнені (наприклад, «а що робити якщо..») пропонується організувати додаткові зустрічі у менших групах для опрацювання запитів. Якщо таких запитів немає, ведучий ставить запитання*

«Які теми вам було б цікаво обговорити додатково?» та « Які теми могли б бути цікавими вашим партнерам?».

Наукове видання

Наталія Іванівна Череповська
Наталія Федорівна Умеренкова

**МЕДІАПСИХОЛОГІЧНІ РЕСУРСИ
ПОДОЛАННЯ ТРАВМИ ВІЙНИ**

Практичний посібник
(2-ге вид, випр. і доп)

Літературне редагування Т. А. Кузьменко

Обкладинка: художнє оформлення – Н. Череповська;
комп'ютерний дизайн – Ю. Чаплінська.

Фото для обкладинки:

автор Д. Петрук, учасник усеукраїнського конкурсу «Діти і медіа: 2015».

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15