

**ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ З  
МЕДІАПРАКТИКАМИ СПІЛЬНОТИ В УМОВАХ ВОЄННОГО  
КОНФЛІКТУ**

Гусев І.М., кандидат психологічних наук,  
науковий співробітник лабораторії мас та спільнот  
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України  
e-mail: [ihor.husiev@gmail.com](mailto:ihor.husiev@gmail.com)

*Гусев І.М. Психологічні особливості взаємодії з медіапрактиками спільноти в умовах воєнного конфлікту. У статті наведено данні емпіричного дослідження, яке виявило базові особливості взаємодії спільноти з медіапрактиками. Продуктивні особливості, які характеризується раціональним використанням медіапрактик та емпатійним ставленням до внутрішньо переміщених осіб, а також споглядальною позицією, що проявляється у використанні різноманітних медіапрактик для накопичення інформації та у нейтральній оцінці медіаконтенту, що споживається. Особливості взаємодії з деструктивними проявами, зміст яких визначається патерналістським ставленням до медіаконтенту, його хаотичним споживанням, негативним ставленням до переселених осіб і перекладанням відповідальності на державні інституції. Проміжна особливість взаємодії з медіапрактиками полягає в емоційно-інтуїтивній позиції, що виявляється в інтуїтивному пошуку і взаємодії з медіаконтентом, а ставлення до соціально-політичних подій в країні ґрунтується на емоційних факторах (співпереживання, співчуття, жалість)*

Ключові слова: медіапрактика, практика, психологічні особливості, воєнний конфлікт, медіаконтент.

*Гусев И.Н. Психологические особенности взаимодействия сообщества с медиапрактиками в условиях военного конфликта. В статье приведены данные эмпирического исследования, которое выявило базовые особенности взаимодействия сообщества с медиапрактиками. Продуктивные особенности,*

характеризуются рациональным использованием медиапрактик и эмпатийным отношением к внутренне перемещенным лицам, а также созерцательной позицией, что проявляется в использовании различных медиапрактик для накопления информации и в нейтральной оценке потребляемого медиаконтента. Особенности взаимодействия с деструктивными проявлениями, содержание которых определяется патерналистским отношением к медиаконтенту, его хаотичным потреблением, негативным отношением к переселенным лицам и перекладыванием ответственности на государственные институты. Промежуточная особенность взаимодействия с медиапрактиками заключается в эмоционально-интуитивной позиции, которая проявляется в интуитивном поиске и взаимодействии с медиаконтентом, а отношение к социально-политическим событиям в стране основывается на эмоциональных факторах (сопереживание, сочувствие, жалость).

Ключевые слова: медиапрактика, практика, психологические особенности, военный конфликт, медиаконтент.

*Husiev I.M. Psychological peculiarities of interaction with media practices by community in the context of military conflict.* The article presents the results of an empirical study that revealed that the most common media practices are: among youth – the use of the Internet and social networks in particular; among persons older than 35 years there is a tendency to switch from the use of television to the Internet (search for information through search engines, news aggregators). The basic peculiarities of interaction with media practices by community are defined: productive peculiarities, characterized by the rational introduction of media practices and empathic attitude towards internally displaced persons, as well as by the contemplative position, which manifests itself in the use of various media practices for the accumulation of information and in the neutral evaluation of consumed media content; peculiarities of interaction in destructive ways are determined by the paternalistic attitude to media content, its chaotic consumption, the negative attitude towards displaced persons and the shifting of responsibility to

state institutions, as well as the position of avoidance, which manifests itself in consciously limiting the use of media practices, in the absence of a clear relation to events with the consequences of the military conflict; an intermediate peculiarity of interaction with media practices is the emotional-intuitive position, which is manifested in the intuitive search and interaction with media content, and the attitude to socio-political events in the country is based on emotional factors (empathy, sympathy, pity).

Key words: media practices, practice, psychological peculiarities military conflict, media content.

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

**Організація емпіричного дослідження: процедура і методичний інструментарій.** Емпіричне дослідження складається з двох етапів: опрацювання напівстандартизованих глибинних інтерв'ю і проведення опитування за розробленою анкетною. У такий спосіб ми виявляли особливості взаємодії спільноти з медіапрактиками, а також прояви цих особливостей.

Під час емпіричного дослідження використовувалися різні науково-психологічні та статистичні методи. Розглянемо переваги кожного з них у контексті нашого дослідження.

Маслова О.М. вважає, що на відміну від формалізованого інтерв'ю, в глибинному інтерв'ю респондент отримує більший шанс висловити власне бачення та проживання проблемної ситуації: він сам створює композицію

своєї розповіді, визначає найбільш значущі сюжети на задану тему, їх контекстуальні рамки, раціональні та емоційні відтінки, стиль розповіді, його виразні мовленнєві засоби і особливості [3].

Метод глибинних інтерв'ю використовується у тому разі, якщо потрібне деталізоване знання про індивідуальні уподобання людей, їх ставлення, звички тощо; проблеми дослідження надто емоційні або їх публічне обговорення змушує респондента ніяковіти; потрібен детальний аналіз складної поведінки або процесу прийняття рішення тощо [2].

Головною перевагою опитування стала можливість дослідити великі групи респондентів за мінімальну кількість часу. Застосування цього методу забезпечило визначення використання різних медіапрактик спільнотами відмінних за певними характеристиками (освіта, регіон проживання, вік тощо), а також увиразнення характерного ставлення до проблемних тем, що спричинені воєнним конфліктом, в залежності від особливостей взаємодії з медіапрактиками.

Психологічні особливості взаємодії спільноти з медіапрактиками можна простежити, використовуючи порівняльний метод. Одночасно цей метод було використано для увиразнення впливу особливостей спільноти (освіта, регіон проживання, вік тощо) на прояви використання певних медіапрактик. Для цього використовувалися такі критерії математичної статистики як  $\chi^2$  Пірсона і U-Манна-Вітні [1].

Для визначення психологічних особливостей взаємодії з медіапрактиками було використано метод факторного аналізу. В основі парадигми використання факторного аналізу лежить припущення про те, що фактори, які виділяються, відображають глибинні процеси (латентні, неспостережувані, невимірювані), що є причиною кореляцій первинних (спостережуваних, вимірюваних) змінних. Іншими словами, фактори (глибинні параметри) детермінують первинні спостережувані змінні і можуть бути використані для пояснення комплексних явищ. Спостережувані кореляції між первинними змінними виникають через те, що їх детермінують

одні й ті самі фактори. Головна мета цього методу полягає в тому, щоб перетворити матрицю зі всіма ознаками на матрицю з меншою кількістю змінних, яка змістовно майже повністю зберігає ту саму інформацію, що й вихідна матриця. В основі моделей факторного аналізу лежить гіпотеза про те, що спостережувані змінні є непрямими проявами невеликої кількості прихованих факторів. Крім того, факторний аналіз дає змогу виявити не лише кореляції між змінними та латентні фактори, а й ті компоненти, що пояснюють більшу дисперсію [4]. За допомогою цього методу можливо визначити конструкти, які є найбільш статистично незалежними і, перетинаючись, утворюють простір ознак, що можуть бути проінтерпретовані як психологічні особливості взаємодії спільноти з медіапрактиками.

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

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

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

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

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

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

Метою другого етапу емпіричного дослідження було визначення психологічних особливостей та змісту застосування спільнотою медіапрактик і знаходження відмінностей у прояві цих особливостей залежно від соціально-демографічної характеристики спільноти.

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

Визначаючи особливості взаємодії з медіапрактиками, ми спиралися на визначення таких практик як стереотипізованої та впорядкованої активності, метою якої є опанування масивами медіаконтенту, який несе інформацію про події, соціальні явища і процеси в соціумі через включеність суб'єкта у взаємодію з інформаційними ресурсами, користування медіапродуктами завдяки використанню медіа засобів. На нашу думку, такий підбір запитань дасть змогу досить повно вивчити структурно-змістові особливості взаємодії спільноти з медіапрактиками.

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

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

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

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

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

Частка тих, хто мав досвід особистого спілкування з внутрішньо переміщеними особами з Донбасу є досить висока (35%), особливо в Східному регіоні (50%). Також висока частка тих, хто допомагав

переселенцям (21%), найбільше в Дніпропетровській області (26%). Разом з цим частка, тих хто допомагав українській армії – 30%.

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

### **Психологічний зміст особливостей взаємодії спільноти з медіапрактиками в умовах воєнного конфлікту.**

Факторний аналіз здійснювався за методом головних компонент з обертанням Varimax Normalized. Оптимальна кількість факторів, що виділилися, та їхня статистична значущість перевірялися за критерієм Кайзера [1].

Інтерпретація даних факторного аналізу проводилася на основі групування показників, які мають найбільші вклади в сумарну дисперсію, та пошуку спільної гіпотези, що пояснює статистичну близькість або розбіжність показників, які об'єдналися у факторі.

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

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



Другий фактор (12,9% дисперсії) можна охарактеризувати, як такий що спрямований на перевірку інформації з медіаканалів через актуальність проблеми поширення замовного/фейкового контенту. Окрім цього ставлення до соціально-політичних проблем держави має раціональну оцінку і ґрунтується на власному досвіді, а саме: особисте спілкування з внутрішньо перемішеними особами, благодійна допомога таким категоріям громадян. Присутність більшою мірою такого медіаконтенту, що позитивно висвітлює теми пов'язані з воєнним конфліктом. Через це цей фактор дістав назви **«раціонально-емпатійна»** особливості взаємодії з медіапрактиками.

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

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

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

У такий спосіб ми виявили п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіапрактиками, а саме: «патерналістсько-негативістська»,

«раціонально-емпатійна», «емоційно-інтуїтивному», «споглядацька», «уникаюча».

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

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

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

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

Прояв **«емоційно-інтуїтивної»** особливості взаємодії з медіапрактиками притаманна особам, які мають середній рівень матеріального забезпечення, не мають досвіду спілкування з вразливими групами населення (внутрішньо переміщені особи, учасники бойових дій тощо) і частіше використовують загальнонаціональне телебачення як провідну медіапрактику. Характер прояву такої особливості досить суперечливий, адже в першу чергу залучає емоційну сферу особи (хвилювання, жаль), інформаційний контент споживається за звичною медіапрактикою (переглядання телебачення) без формування чіткого ставлення до наведених фактів.

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

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

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

**Висновки.** На підставі узагальнення результатів дослідження зроблено такі висновки. Застосування медіапрактик характеризується певними психологічними особливостями взаємодії особи з ними, які витлумачено як наявні в психологічні організації функціональні засоби використання медіапрактик для опанування медіаконтенту, що пов'язаний з воєнним конфліктом і можливість формування відповідного ставлення до нього. Найбільш поширеними медіапрактиками починають правити використання мережі Інтернет для пошуку новин і соціальних мереж. Застосування таких медіапрактик ще більше увиразнено серед молоді.

Виявлено п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіапрактиками, які мають різний рівень прояву залежно від віку, матеріального забезпечення, провідної медіапрактики тощо. Взаємодія з медіапрактиками через «патерналістсько-негативістську» особливість характеризується негативним ставлення до споживаного медіаконтенту і перекладанні відповідальності за нього на державу. Тоді як «уникаюча» особливість спирається на бажання особи свідомо обмежити себе у використанні медіапрактик для уникнення потрапляння на медіаконтент, що пов'язаний з воєнним конфліктом. Прояв таких особливостей більш притаманний спільнотам з низьким рівнем матеріального забезпечення і які мають провідні медіапрактики, що залучають російське телебачення і соціальні мережі Вконтакте і Однокласники. Такі особливості взаємодії з медіапрактиками як «раціонально-емпатійна» і «споглядацька» характеризуються оперуванням широким масивом медіаконтенту, раціональним оцінюванням споживаної інформації або її накопичення для формування подальшого ставлення. Такі особливості частіше проявлені в спільнотах з середнім і високим рівнем матеріального забезпечення, де провідними медіапрактиками є використання Інтернету для пошуку новин,

соціальні мережі Facebook і Twitter, а також онлайн перегляд телебачення. «Емоційно-інтуїтивна» особливість спирається на сталі звички застосування медіапрактик, які продукують емоційні реакції на споживаний медіаконтент у вигляді прояву жалю, співчуття, співпереживання. Ця особливість притаманна спільноті яка використовує провідну медіапрактику у вигляді перегляду загальнонаціонального телебачення і не має життєвого досвіду взаємодії з вразливими групами населення (внутрішньо переміщені особи, учасники бойових дій тощо).

Наступними етапами дослідження вбачаємо вивчення соціально-психологічних засобів підвищення продуктивного вектору взаємодії спільноти з медіапрактиками в умовах воєнного конфлікту і знаходження механізмів впливу на деструктивні особливості взаємодії з медіапрактиками.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бююль А. SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей / А. Бююль, П. Цефель [пер. с нем.] – СПб. : ООО «ДиаСофтЮП», 2005. – 608 с.
2. Короткий енциклопедичний словник / За заг. Ред. В.І. Воловича [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://subject.com.ua/sociology/dict/183.html>.
3. Маслова О.М. Мир интервьюера: по данным формализованного и свободного интервью. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/text/16935194/>
4. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных / А. Д. Наследов. – СПб.: Речь, 2004. – 388 с.

## REFERENCES

1. Byuyul' A. SPSS: Iskusstvo obrabotky informatsyi. Analiz statisticheskikh dannykh i ustanovlenie skrytykh zakonomernostei / A. Byuyul', P. Tsefel' [thranslate from germany.] – SPb. : OOO «DyaSoftYuP», 2005. – 608p.
2. Korotkyy entsyklopedychnyy slovnyk / Za zah. red. V.I. Volovycha // Retrieved from <http://subject.com.ua/sociology/dict/183.html>.
3. Maslova O.M. Mir intervuera: po dannym formalizovannogo i svobodnogo intervju. // Retrieved from <http://ecsocman.hse.ru/text/16935194/>
4. Nasledov A. D. Matematicheskie metody psikhologicheskogo issledovaniya. Analiz i interpretatsiya dannykh / A. D. Nasledov. – SPb.:Rech', 2004. – 388p.