

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ
ЛАБОРАТОРІЯ ПСИХОЛОГІЇ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА МЕДІАОСВІТИ**

**МЕДІАТВОРЧІСТЬ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ:
ПРОТИСТОЯННЯ МЕДІАТРАВМИ.
ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

Київ – 2020

УДК 159.938.363.6

*Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України*

Медіаторчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі. Збірник наукових праць; [укладач Чаплінська Ю.С.; літ.ред. Н.Л. Дятел] / Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. – 210 с.

Кожного року Україна стикається все з новими і новими цивілізаційними викликами та проблемами, але незмінною залишається тема медійного середовища: аналізу його ризиків та переваг. Протягом останніх 4 років лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України оперативно реагувала на особливо актуальні запити, пов'язані з медіа-інформаційним середовищем. Було визначено психологічні та медіаосвітні аспекти інформаційної війни, висвітлено тему медіатравми та ресурсів її зцілення, розроблено нові медіаосвітні підходи для профілактики деструктивних інформаційних впливів, здійснено аналіз і презентовано психологічні феномени інфодемії COVID-19, медіапрактик в умовах самоізоляції, актуалізовано питання ризиків тотальної віртуалізації повсякденного життя.

Дана збірка є результатом кропіткої праці вчених, педагогів, соціальних працівників, яка аналізує виклики медіатравматизації українців та способи протистояння їм. Представлений доробок не тільки усебічно висвітлює різноманітні аспекти медіатравматизації, а й презентує різноманітні засоби протистояння деструктивним інформаційним впливам і медіаторчі зокрема. Розроблено профілактичні, корегуючі засоби профілактики медіатравматизації, орієнтовані як на дітей, молодь, так і дорослих.

Збірник адресується психологам, соціальним педагогам та працівникам, медіапсихологам та медіапедагогам, військовим психологам, капеланам, науковцям, вчителям, студентам та викладачам курсів різних галузей, дотичних до зазначеної теми.

Видання підготовлено за підсумками проведених лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України Всеукраїнських наукових конференцій з міжнародною участю «Медіаторчість в сучасних реаліях: протистояння медіатравмі», які відбулися 20-21 червня 2017 р., 19 червня 2018 р., 25 червня 2020 р., 19 червня 2020 р.

Видано державним коштом. Продаж заборонено

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2020

**МЕДІАТВОРЧІСТЬ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ:
ПРОТИСТОЯННЯ МЕДІАТРАВМІ**

**ЗМІСТ ЗБІРНИКА НАУКОВИХ ПРАЦЬ
МАТЕРІАЛІВ ЩОРІЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
ПО РОКАХ:**

2017	4
2018	63
2019	114
2020	147

2017



ЗМІСТ – 2017

- Абаніна Г. В.**, кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК», м. Київ
«Наративні практики як ресурс подолання наслідків медіатравмуючих впливів»..... 8
- Анищенко О. О.**, старший викладач кафедри психології, тілесно-орієнтований практик Чернігівський ОІППО імені К. Д. Ушинського Україна, м. Чернігів
«Психологічна допомога при медіатравмі методами тілесно-орієнтованої терапії»..... 9
- Вознесенська О. Л.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, президент ВГО «Арт-терапевтична асоціація», м. Київ
«Імпліцитна типологія медіатравм в контексті медіаактивності особистості»..... 11
- Глушко А. В.**, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна, м. Вінниця
«Візуалізація збройного конфлікту в українських мережевих ЗМК як фактор медіатравми»..... 14
- Губар Є. В.**, КНУ імені Тараса Шевченка Інститут післядипломної освіти, м. Київ
«Медіакультура крізь призму когнітивного стилю сприйняття інформації»..... 17
- Доброносова Ю. Д.**, кандидат філософських наук, доцент Національний транспортний університет, м. Київ
«Екзистенціальна специфіка медіатравматичного досвіду»..... 20
- Зеленько О. А.**, кандидат медичних наук, доцент кафедри загальної психології, КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ
«Суспільно-політична невизначеність як передумова психотравми особистості у складній життєвій ситуації» 22
- Козієнко І. О.**, студентка 3 курсу Інституту післядипломної освіти КНУ імені Тараса Шевченка, факультет психології, м. Київ
«Психологічні особливості застосування захисних механізмів особистості»..... 23
- Кришовська О. О.**, магістр психології, аспірант Інститут соціальної та політичної психології, м. Київ

- «Експериментальне дослідження особливостей онлайн-спілкування з незнайомцями в соціальних мережах»** 25
- Малиш М. М.**, кандидат філологічних наук, Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України, м. Київ
«Політравматичний вплив медіа на внутрішньо переміщених осіб» 28
- Павленко І. Г.**, кандидат педагогічних наук, доцент Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Старобільськ
«Медіаграмотність як складова інформаційної культури студентської молоді»..... 30
- Плетка О. Т.**, молодший науковий співробітник лабораторії психології малих груп та між групових відносин ІСПП НАПН України, м. Київ
«Вторинна травматизація: класифікація медіатравм»..... 32
- Пушонкова О. А.**, кандидат філософських наук, доцент, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
«Моделі ідентичності в дискурсі травми» 35
- Рудченко А. С.**, аспірантка Інституту журналістики КНУ імені Т. Шевченка, асистентка кафедри журналістики Донецького національного університету ім. В. Стуса
«Образ України в медіа: травма меншовартості»..... 37
- Суська О. О.**, кандидат філ. наук, доцент, НаУКМА, м. Київ
«Діагностування інформаційних впливів рекламної медіапродукції методом семантичного диференціалу» 39
- Тараненко О. В.**, кандидат філологічних наук, доцент, Донецький національний університет імені Василя Стуса, завідувач кафедри журналістики
«Формування навичок з медіаграмотності як протидія медіатравмуванню» 41
- Федоришин Г. М.**, кандидат психологічних наук, доцент ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ
«Екопсихологія інформаційного середовища та патогенні комунікативні технології» 43
- Ціко І. Г.**, кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри історії, суспільно-гуманітарних дисциплін і методики їх викладання Донецького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

- «До проблеми формування медіаіміунітету сучасних школярів: дидактичний аспект»** 45
- Чаплінська Ю. С.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти ІСПП НАПН України, м. Київ
«Можливості сінемалогії при реабілітації психологічної травми»..... 51
- Череповська Н. І.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти ІСПП НАПН України, м. Київ
«Психосоціальна підтримка комбатантів за допомогою медіапсихологічних ресурсів» 53
- Шебанова В. І.**, кандидат психологічних наук, доцент, Херсонський державний університет, м. Херсон
«Вплив телевізійного контенту на емоційну сферу студентської молоді» .. 55
- Шишко Н. С.**, аспірантка, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Особливості впливу соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників» 57
- Шусть В. В.**, кандидат педагогічних наук, доцент, докторант Інститут соціальної і політичної психології НАПН України
«Політична міфотворчість українського медіапростору як чинник формування політичних цінностей».....59

Г. В. Абаніна,
к. психол. н., доцент кафедри психології
ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК» м. Київ

НАРАТИВНІ ПРАКТИКИ ЯК РЕСУРС ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ МЕДІАТРАВМУЮЧИХ ВПЛИВІВ

Анотація. Проаналізовано специфічну природу травматичної пам'яті та ефективність інтеграції фрагментарних травматичних спогадів у життєву історію клієнта для подолання наслідків медіатравмуючих ситуацій. Представлено модель «терапевтичних сходинок» травмофокусованої наративної реконструкції та психотерапевтичну техніку наратизації травматичної події. Запропоновано медіапрактику «нарративний кінопоказ».

Ключові слова: психотравма, медіатравма, нарративні практики.

У травмуючих умовах сьогодення, коли військові конфлікти, бойові дії, інформаційна війна стали реальністю нашої країни, особливо важливо зміцнювати, посилювати або ж відновлювати у людини відчуття сталості світу, віднаходити ресурси досягнення цілісності особистості, усвідомлювати можливості її інтеграції та ідентифікації.

Фахівці, які працюють з ПТСР (посттравматичний стресовий розлад), зазначають, що внаслідок психічної травми виникає фрагментація часових переживань, порушення послідовності подій, фіксація на певному часовому модусі. Травматична пам'ять переживається як «тут і тепер», не має «мітки часу», не інтегрована в автобіографічну пам'ять. Відповідно важливим аспектом роботи із травмою є відновлення «лінії часу», реконструкція життєвої історії, побудова й модифікація наративу травми (В. В. Горбунова, Т. М. Титаренко, М. Т. Tosі та ін.).

Мета дослідження – апробація використання нарративних практик в роботі з психотравмою, зокрема – з медіатравмою.

Ефективним підходом в роботі з постратравматичними стресовими розладами визнається травмофокусована когнітивно-поведінкова психотерапія, яка охоплює різні терапевтичні інтервенції, спрямовані на рекогніцію та повторне переживання травматичних ситуацій. Одним з продуктивних методів травмофокусованих втручань є **нарративна реконструкція**.

У ході психотерапевтичної роботи з особами, що мають у своїй життєвій історії психотравми, нами запропоновано використовувати психотерапевтичну техніку **травмофокусованої нарративної реконструкції**, яка включає елементи моделі лікування травми «SEE FAR CBT» (автори M. Lahad, M. Doron).

Техніка травмофокусованої нарративної реконструкції полягає у послідовному, поетапному відтворенні наративу травми клієнта в уявному просторі за допомогою асоціативних карток. На початку та наприкінці процесу наратизації травматичної події клієнту пропонується процедура мобілізація

ресурсів – ресурсінгу (Resourcing) за методом BASIC PH (M. Lahad). Протягом терапевтичного процесу клієнту пропонується здійснювати суб'єктивне оцінювання стану дистресу – SUDs (Subjective Units of Distress Scale).

Для умовного зображення процесу травмофокусованої нарративної реконструкції нами запропоновано модель «терапевтичних сходинок», яка включає такі компоненти, як: реконструкція життєвої історії, пережиття нового нарративу, перерішення, рекогніція, рескрипція, реінтеграція.

Розроблена психотерапевтична техніка травмофокусованої нарративної реконструкції дозволяє сконструювати усвідомлений цілісний, альтернативний нарратив травматичної події, в результаті чого людина отримує новий емоційний досвід та новий когнітивний конструкт як ресурс для змін і досягнення стану особистісної інтегрованості, цілісності, автономності.

Ресурсом подолання наслідків медіатравмуючих впливів може бути медіапрактика «нарративний кінопоказ» – перегляд фільму як візуального нарративу з наступним обговоренням у нарративному контексті. Фокус уваги – контексти, які актуалізує кінопоказ й саме обговорення, в ході якого можливо деконструювати вплив фільму на глядача.

О. О. Анищенко,
*старший викладач кафедри психології,
тілесно-орієнтований практик Чернігівський ОШПО імені К.Д.Ушинського
Україна, м. Чернігів*

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА ПРИ МЕДІАТРАВМІ МЕТОДАМИ ТІЛЕСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ТЕРАПІЇ

Анотація. Зазначені методи психологічної допомоги та реабілітації за допомогою технік тілесно-орієнтованої терапії. Описані найбільш ефективні методи роботи психолога при медіатравмі.

Ключові слова: медіапсихологія, тілесно-орієнтована терапія, медіа травма.

Проблема психологічних наслідків медіатравми є актуальною в умовах сучасної політичної ситуації в Україні. З урахуванням вдосконалення військової техніки і тактики ведення боїв, появи явища «гібридної війни», та пролонгованій демонстрації психотравмуючих сцен у ЗМІ, збереження фізичного та психологічного здоров'я відповідає одній з актуальних задач сучасної психологічної практики: пошук дієвих способів протистояння деструктивним інформаційним впливам, профілактики та корекції медіатравми. В наш час існує розбіжність у поглядах стосовно взаємозв'язку (МКХ-10 / F40-F48/F43) соматичних проявів внаслідок медіатравми, які відносять до «соматоформних розладів» [4] або до психосоматичних порушень або діагностують як окремі нозологічні одиниці [1].

Мета: розглянути практичні методи психологічної допомоги з позиції тілесно-орієнтованої терапії в контексті корекції медіатравми.

В наш час існує низка джерел, присвячених дослідженню медіа травми (Браточкін А., Сантнер Э., Hamblen J., Pfefferbaum B., Schuster, M., Stein, B., Jauch, L., Collins, L.), але більша частина матеріалів має теоретичний характер або залишає відкритим питання адекватної медіапсихологічної та консультативної підтримки: які дії фахівця є доцільними в веденні клієнта в рамках тілесно-орієнтованого підходу, а що слід оминати. Провокуючи втрату базової довіри до людей та світу, порушення стабільності «Я», як будь-який вид насилля (фізичного, психологічного, емоційного) призводить до втрати контакту з тілом, «що психологічно дорівнює втраті контакту з собою» [3, С. 3]. У листі до Медичного журналу Австралії (1986) про психологічний вплив ЗМІ пов'язаних з травмою, психіатр Alexander McFarlane писав: «Вплив засобів масової інформації після травми може посилити почуття уразливості і закріпитися образами смерті та руйнування. Вплив ЗМІ також може збільшити ризик розвитку та підтримки хронічного ПТСР наступні травми» [5, С. 664].

Матеріал та методи дослідження. Тілесно-орієнтована терапія базується на дослідженнях І.Павлова про взаємозв'язок тіла та психіки з використання електрофізіології, зокрема вивчення первинних відповідей, що виникають на різних рівнях нервової системи при подразненні внутрішніх органів або вісцеральних нервів, дозволило не тільки уточнити кортикальну локалізацію представництва внутрішніх органів, але й простежити весь шлях нервових імпульсів (Amassian, 1950; Downman, 1951; Newman, 1952; Gardner, Thomas a. Morin, 1955; Magoun, 1960; Чернігівський, 1960 та ін.), що проявляється в незрозумілих для клієнта больових відчуттях органів чи порушених функціях м'язів, тривожності, підвищеній збудливості, негармонійних емоційних станах. Техніки ТОТ відкривають доступ до психосоматичного підсвідомого, що дозволяє виділити м'язовий панцир, відреагувати подавлені емоції, опрацювати та контейнувати подавлену агресію, розслабити та вивільнити хворобливий гіпертонус в м'язових структурах, відновити енергообмін і тим самим вплинути на психологічний стан клієнта.

Вбачаю, що терапевтична взаємодія роботи при медіатравмі може бути спрямована на встановлення соматичного резонансу, пошук опор та ресурсів, відпрацювання заземлення у випадках гіперзбудливості, пошук тілесних метафор емоцій, релаксаційне дихання, зменшення чутливості у больових тригерних точках. Найважливіше, в цьому процесі – розуміння клієнта, що тіло – це своєрідна матеріалізація психологічних проблем, джерело самопізнання та самовиховання та оволодіння навичками контейнерування психотравмуючого матеріалу.

Висновки. ТОТ – є дієвим методом роботи з травмою різної етіології, що оминає надконтроль свідомості та працює на пряму з підсвідомим, її сучасний стан в Україні потребує підтримки з боку держави та ЗМІ.

Література:

1. Кокорина Н. П. Посттравматические стрессовые расстройства у участников локальных войн: предварительное сообщение / Н. П. Кокорина, М.Волыкова. // Медицина Кузбасса. Спецвып. – 2004. – №10. – С. 35–36.
2. Кузнецов А. А. Распространенность психосоматической патологии среди участников вооруженных конфликтов / А. А. Кузнецов, Н. В. Нестеренко, Н. В. Зуйкова; [под ред. И. Ушакова, Ю. Бубеева]. // Боевой стресс: механизмы стресса в экстремальных условиях деятельности: Сборник научных статей Всероссийского симпозиума по проблемам боевого стресса. – М.: Истоки, 2007. – С. 94.
3. Малкина-Пых И. Телесная терапия. Справочник психолога / И. Малкина-Пых. – М.: Речь, 2007. – 224 с.
4. Смирнова Л. Посттравматические стрессовые расстройства у военнослужащих: автореф. дис. канд.мед. наук. – Томск, 2003. – 27 с.
5. McFarlane A. Victims of trauma and the news media [Letter] [Электронный ресурс] / А. McFarlane // Medical Journal of Australia. – 1986. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ptsd.va.gov/professional/trauma/basics/media-coverage-traumatic-events.asp>

О. Л. Вознесенська,

к. психол. н., с.н.с.

*Інституту соціальної та політичної психології НАПН України
президент ВГО «Арт-терапевтична асоціація», м. Київ*

ІМПЛІЦИТНА ТИПОЛОГІЯ МЕДІАТРАВМ В КОНТЕКСТІ МЕДІААКТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

Анотація. Обґрунтовано актуальність дослідження типів медіатравматизації в українському суспільстві. Визначено медіатравму, специфічною ознакою якої є задіяність медіа як засобу або джерела травматизації; на матеріалах сфокусованих групових дискусій побудовано типологію медіатравм з урахуванням медіаактивності особистості. Виділено три види медіатравм: вплив на психіку через сприймання інформації з медіа; порушення соціальних контактів; порушення приватності людини.

Ключові слова: медіа, травма, сприймання інформації, соціальні контакти, психологічні межі, медіаактивність.

Ми не можемо заперечити, що засоби масової інформації та комунікації відіграють надзвичайно важливу роль у сучасному житті кожної людини. Сьогодні в умовах інформаційного суспільства медіа бути як джерелом так й засобом психотравматизації особистості. Ми отримуємо від життя в інформаційному суспільстві як переваги – можливість завжди бути в курсі подій,

оперативно передавати інформацію та отримувати підтримку, згуртовуватися задля допомоги іншим, так маємо іноді й жахливі наслідки.

Вивчення типів медіатравматизації є основою розв'язання найгостріших проблем інформаційної безпеки, зокрема, створення психологічних засобів профілактики та захисту від травми.

Інформаційний вплив може призводити і до порушень в області психічного здоров'я й до психічної травматизації. Наведемо кілька прикладів: так звані «фейки» – заздалегідь неправдива інформація, метою «вкидання» якої в інформаційний простір є виклик певних емоцій (жаху, паніки, агресії), – впливають на емоційний стан та можуть визначати поведінку людини; постійний потік новинних сюжетів, що містять зображення понівечених тіл, руйнованих будинків, поранених, можуть призвести не тільки до пасивності суспільства («опускаються руки»), а й до розвитку депресивних станів, психосоматичних захворювань (кількість інфарктів, інсультів, вегето-судинних захворювань у споживачів новин збільшується під час криз, загострення ситуації, соціально-політичних протистоянь). І йдеться не лише про чутливу психіку дитини, розвиток якої страждає від переглядання сцен насильства чи смерті, йдеться про будь-яку людину, яка з ранку до ночі не вимикає новини, постійно переглядає жахливі сюжети, що повторюються на телебаченні (зі сценами побиття, закривавлених людей, знущань із жінок, нерухомих тіл людей на асфальті). У цих випадках ми можемо говорити про руйнівний вплив телебачення на психіку людини та медіатравматизацію.

Отже, медіатравма – це психічна травма, що виникла під інтенсивним впливом медіа-повідомлень, медіа-контенту, отримана з використанням медіа-засобів, як шкідлива для психіки реакція на емоційно значущу подію, що зачіпає значущі сфери існування людини, і яка пов'язана із сильними, стресовими впливами на психіку, загрозою (чи така, що сприймається загрозовою, порушує відчуття безпеки) для життя. Медіа-травма в нашому суспільстві викликана подіями останніх трьох років – соціально-політичною та економічною кризою, гібридною війною, інформаційним впливами, бойовими діями на сході країни, анексією частини території – пов'язана з тривалими емоційними переживаннями, що призводять до погіршення якості життя (багато людей страждають на безсоння, відчувають «новинну» залежність, відмовлялися від відпусток під впливом страхів чи почуття провини, що зумовило емоційне вигорання, підвищення рівня стресу, розвиток ПТСР, соматичних захворювань тощо).

Коли людина дивиться по телевізору новинні сюжети, спрямовані саме на те, щоб викликати сильні почуття – катастрофи, бойові дії, поховання, поранених в лікарнях, читає новини щодо цього в інтернеті, вона не може нікому допомогти, але отримує додатковий біль. Не кожен здатен регулювати свою емпатію, співчуття, знайти баланс між поринанням в інформаційний простір та турботою про власне психічне благополуччя. Часто відео, фото з місця трагедії травмують

людей, актуалізують фантазії про події або спогади про схожі ситуації власного життя, що призводить до заглиблення в переживання.

Російські дослідники виявили, що у людей, які страждають на високий тиск, і які часто дивилися новини про бойові дії, не тільки підвищувався тиск, а навіть виникала загроза інсульту. І жоден із них не зміг відповісти, навіщо він дивиться телепередачі, які призводять до погіршення здоров'я [3]. Додаємо, що люди похилого віку, дозвілля яких наповнено саме телебаченням, вигаданими сюжетами чи реальними подіями, показаними в новинах, сприймають ці події, як ті, що важливі в їхньому житті, що може спричинити вторинну травму. І це ми навели приклади тільки медіатравм, що можуть виникнути при майже пасивному сприйманні медіаінформації, низької медіаактивності особистості). Раніше нами визначено три рівня медіа-активності особистості:

- пасивне сприйняття інформації;
- реактивна активність;
- висока активність, основою якої є медіаторчість та розповсюдження продуктів власної медіаторчості [1].

Отже, ми виділяємо медіатравму як окремий вид психотравматизації в інформаційному суспільстві. На наш погляд, медіаактивність користувача медіа може визначати тип медіатравматизації. З метою визначення типів медіатравм нами було проведено пошукове дослідження. Методом дослідження обрано сфокусовану групову дискусію з метою отримати більш глибоке розуміння досліджуваної проблеми. Це – якісний метод досліджень, проведена за визначеним планом бесіда, що передбачає безпосередню соціальну взаємодію інтерв'юера та респондентів. Особливістю таких групових дискусій є їх нестандартизованість, врахування невербальних повідомлень, увага до особистості респондента. Метою такого інтерв'ю не лише оцінка вже відомих фактів, а глибоке розкриття досліджуваного питання, з'ясування деталей, відкриття нового. Серед «вад» цього методу – його складність та енергоємність обробки, яка найчастіше робиться за допомогою контент-аналізу запису бесіди. Також завжди залишається ризик навіювання відповідей через особливості інтерв'юера.

Ми розуміємо, що на відміну від кількісних методів, результати отримані з використанням якісних методів не репрезентують думки досліджуваної групи (генеральної сукупності) в цілому. В той же час, наша тематика дослідження є складною для обговорення, вузькою, раціональною, пов'язана з професійною діяльністю психологів і потребує специфічних знань [2].

Респонденти: 3 групи практикуючих психологів, загальна вибірка – 26 людей від 26 до 53 років. Групові дискусії відбувалися у м. Києві та м. Бахмуті Донецької області. Респонденти були з Києва та Київської, Чернігівської, Донецької та Луганської областей. Основні питання, що обговорювалися: «В чому специфіка медіатравматизації в порівнянні з іншими видами травми?»; «Які бувають медіатравми?»; «Що можна зробити задля профілактики медіатравматизації?»; «Як допомогти особистості у випадку медіатравми?».

Контент-аналіз сфокусованих групових інтерв'ю дозволив описати імпліцитну типологію медіатравм з урахуванням медіаактивності особистості:

- травма, пов'язана з пасивним сприйняттям, яка має два підвиди – травма «Я-очевидець» (сприймання реальних подій через медіа-пристрої – війни, смерті, стихійного лиха, техногенних катастроф) та вплив на психіку та стан людини аудіовізуальних медіапродуктів (фільми жахів, сцени насильства тощо);
- порушення соціальних контактів (кибербулінг, моббінг, цькування людини в соціальних медіа-мережах, «бан», тролінг тощо – травма приниження) та емоційна травма стосунків (відторгнення близькою людиною); в цьому випадку людина знаходиться у взаємодії з іншими, реагує на їхні дії;
- травма, пов'язана з поширенням особистої інформації без згоди особистості – «медіапорушення» особистісних меж (людина має можливість відстоювати свої межі та захищати особистий простір, як в реальному житті, наприклад, через суд, так й в медіа-просторі через звернення до джерел поширення інформації та споживачів інформації, створення та поширення власного медіаконтенту на власний захист). Тут ми вже можемо казати про високий рівень медіаактивності та медіаторчість.

Отже, специфічною ознакою медіатравми є задіяність медіа як джерела чи засобу травматизації, і як й будь-який інший вид психічної травми, пов'язана з сильними емоційними переживаннями людини. Імпліцитна типологія медіатравми містить три види травм: вплив на психіку через сприймання інформації з медіа; порушення соціальних контактів; порушення приватності людини.

Література:

1. Вознесенська О.Л. Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента / Олена Леонідівна Вознесенська; II Міжнародна науково-практична конференція «Генеза буття особистості» (19-20 грудня 2011 року). – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – Том – С. 18-25.
2. Соціологія короткої енциклопедичний словник. – [Електронне джерело]. – Режим доступу : <http://subject.com.ua/sociology/dict/183.html>
3. Тарасова Е.В. Вторичная травматизация после авиакатастрофы // Тарасова Екатерина Владимировна. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://www.all-psy.com/stati/detail/4109/1/>

*А. В. Глушко,
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, м. Вінниця*

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ В УКРАЇНСЬКИХ МЕРЕЖЕВИХ ЗМК ЯК ФАКТОР МЕДІАТРАВМИ

Анотація. В дослідженні проаналізована проблема використання фотографій насилля і смерті для візуалізації теми збройного конфлікту в

мережевих медіа, а також окреслені травмувальні наслідки споживання шокуючого візуального контенту аудиторією.

Ключові слова: фотографія, конфлікт, шоковий контент, емоціоналізація, психологічна травматизація

Обов'язкова візуалізація журналістських текстів є характерним явищем для мережевого простору. Дана тенденція не втрачає своєї актуальності завдяки, з одного боку, технічним можливостям інтернет-ресурсів, з іншого – об'єктивному запиту аудиторії (так зване «покоління візуалів»). Фотографія є проявом універсальної мови, яка не потребує декодування або спеціальних знань, миттєво зчитується свідомістю людини на відміну від тексту. Однак в цій миттєвості та легкості полягає і своєрідна небезпека, адже таким чином аудиторія є беззахисною перед шокуючим, жорстоким змістом зображення, на якому зафіксовано наслідки терактів, катастроф чи збройних конфліктів.

Саме тому метою даної роботи є визначення негативних тенденцій візуалізації наслідків збройного конфлікту в українських мережевих медіа, які можуть стати причиною психологічної травматизації аудиторії.

Проблема психологічних та етичних аспектів використання шокуючих знімків війни і насилля активно досліджується зарубіжними науковцями. В даному контексті цінними є розвідки С. Зонтаг (Susan Sontag), С. Бальцера (Simon P. Balzert), Фреда Рітчина (Fred Ritchin). Найчастіше такі роботи аналізують негативний вплив телевізійних новин, однак вагому частку займають дослідження травмувальних ефектів фотографічних зображень. Зокрема ряд науковців (Graham Davey, Pam Ramsden, Deborah L. Davis), ґрунтуючи свої дослідження на прикладах візуалізації в медіа наслідків терактів 11 вересня, війни в Іраці, вибухів під час Бостонського марафону, конфлікту в Сирії, наголошують на здатності фотографій та відео шокуючого змісту викликати депресію, занепокоєння, навіть пост-травматичний стресовий розлад (PTSD), а також спричиняти у читачів більший стрес, ніж у очевидців трагічної події (опосередкована травматизація) [1; 2]. Також науковці зазначають: подібний візуальний контент може призводити до двох протилежних наслідків: сенсифікації (підвищеної чутливості до емоційного стресу) та десенсифікації (зниження емоційного відгуку) [3].

Специфіка сучасного українського медійного дискурсу полягає в суттєвій частці матеріалів, присвячених темі війни, на тлі загального обсягу новинного контенту. Типовою рисою таких повідомлень є активний супровід документальними знімками, змістом яких стають смерть і страждання. Публікація подібних матеріалів вимагає виваженого підходу, врахування моральних та психологічних ризиків відносно героїв публікацій та аудиторії. Серед найважливіших рекомендацій виокремлюють наступні: уникати публікацій фотозображень виключно заради демонстрації візуально шокуючого образу чи заради розваги аудиторії; шукати можливість передачі опису інформації, що міститься у фотографії, у текстовій формі з аналогічним ефектом;

перевіряти наявність достатнього місця на шпальті не лише для публікації фотографії, але і для тексту з поясненням і коментарем; розміщувати меншу кількість фотографій із зображенням насилля (адже їх надмірна кількість зменшує емоційний ефект) [4]. В рамках нашого дослідження ми проаналізували ілюстративний матеріал в новинах, присвячених російсько-українському збройному конфлікту, за 2014 – 2017 роки на таких мережевих ресурсах, як sensor.net.ua, obozrvatel.com, ubr.ua, inforesist.org, depo.ua, uainfo.org та ін. Так, висвітлюючи трагічні наслідки боїв за Донецький аеропорт (літо 2014 – зима 2015 року), подій, пов'язаних з «Іловайським котлом» (серпень-вересень 2014 року), падіння малайзійського Боїнга 777 (липень 2014 року), ракетного обстрілу блок-посту у Волновасі (30 січня 2015 року), розстрілу зупинки в Донецьку (22 січня 2015 року), обстрілу Краматорську (10 лютого 2015 року) інтернет-медіа активно публікували розлогі фоторепортажі, що містили деталізовані зображення тіл загиблих (в тому числі дітей), калюж крові, відірваних кінцівок на тлі зруйнованих будівель, обвугленого транспорту тощо. Викриваючи аудиторії злочини терористичних угруповань, новинні ресурси також подавали знімки та навіть відео процесу катувань бойовиками полонених з числа українських військових та мирних мешканців. До шокуючого зображального ряду українські ресурси вдавалися і тоді, коли ставили за мету демонстрацію успіхів ВСУ, публікуючи фотодокази ліквідації ворожих збройних формувань. Суттєвою проблемою українських медіа є також тенденція до анонсування фотоконтенту із зображенням насилля і смерті через використання заголовків з надмірною емоціоналізацією та використанням слів-гачків «Фото», «Відео» з додаванням характеристик «вражаюче», «трагічне», «шокуюче», «унікальне» тощо.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що, не зважаючи на сформований світовий досвід в регулюванні зазначених аспектів, українські медіа тяжіють до шокowości, застосовують вражаючі зображення з метою привернення уваги читача без врахування потенційних ризиків психологічного травмування для аудиторії. Така тенденція може бути причиною звикання читачів до контенту насильницького характеру, формування стресового емоційного стану та формування підвищеного рівня конфліктності у суспільстві.

Література:

1. Graham C.L. Davey Ph.D. (2012) The Psychological Effects of TV News. Retried June 8, 2017, from <https://www.psychologytoday.com/blog/why-we-worry/201206/the-psychological-effects-tv-news>
2. Janet Kim (2013) Media Exposure to Traumatic Events Can Be More Stressful Than Being There. Retried June 8, 2017, from <http://www.everydayhealth.com/anxiety/media-exposure-to-traumatic-events-can-be-more-stressful-than-being-there-5010.aspx>
3. Anthony Feinstein, Blair Audet, Elizabeth Waknine (2014) Witnessing images of extreme violence: a psychological study of journalists in the newsroom.

Retrieved June 8, 2017, from <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2054270414533323>

4. Balzert, Simon P. (2013): Leichen auf Seite Eins? Gewaltfotos und Bildethik: deutsche und spanische Qualitätszeitungen im Vergleich. Saarbrücken: AV Akademikerverlag.

Є. В. Губар,
Інститут післядипломної освіти КНУ імені Тараса Шевченка
Науковий керівник: канд. психол. Наук: Вакуленко О.Л.

МЕДІАКУЛЬТУРА КРІЗЬ ПРИЗМУ КОГНІТИВНОГО СТИЛЮ СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ

Анотація. У роботі автор розглядає роль когнітивних стилів у формуванні медіакультури. Автор зазначає, що для створення безпечного медіапростору і підвищення рівня медіакультури особистості важливо розуміти, яким чином людина сприймає, обробляє та інтерпретує інформацію. Когнітивний стиль визначає розвиток інтелектуальних здібностей, критичного та самостійного мислення, навчання аудиторії розумінню змісту та підтексту медіаінформації, обумовлює здатність протидіяти маніпулюванню. Це важливо для подолання «когнітивних рамок», накладених небезпечним медійним впливом.

Ключові слова: когнітивний стиль, медіакультура, масова комунікація, медійний вплив.

У наш час новітніх технологій, коли медіапростір стає ареною для боротьби за вплив на формування світоглядних позицій, індивідуальних та групових цінностей, суспільної думки, вибір вектору соціальної та політичної активності, дослідження феномену медіакультури, як соціально-психологічного явища, є особливо актуальним.

Метою даної роботи є аналіз медіакультури суспільства в аспекті механізмів сприйняття та обробки людьми інформації (когнітивних стилів).

Саме поняття медіакультури прийшло в психологію порівняно недавно для позначення специфічного типу культури в інформаційному суспільстві, розвиток якого ознаменувався впровадженням нових сучасних засобів комунікації, таких як телефон, радіо, телебачення, інтернет тощо. Вивченням медіакультури займалися вчені, представники семіотики, мовознавства, культурології, соціології та психології: Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Бодріяр, М. Маклюєн, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ч. Пірс, Д. Соссюр, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Д. Лалл, К. Леві-Строс, Д. Рашкофф, М. Бахтін, Ю. Тиньянов, Л. Виготський, Ю. Лотман, В. Міхалкович, М. Ямпольський та інші.

Медіакультура нерозривно пов'язана із масовою комунікацією. При цьому медіакультура може розглядатися як на рівні взаємодії великих соціальних груп, суспільства і держави, соціуму і влади, так і на рівні міжособистісного

спілкування, чи рівні культури сприйняття інформації окремою людиною [3, с.6]. В комунікативній та інформативній функції медіакультури розкривається її обумовленість розвитком когнітивних структур індивіда та типологічними особливостями аудиторії в цілому; це своєрідні «фільтри» для засвоєння інформації.

У базовій тріаді «повідомлення → комунікація → інтерпретація» на будь-якому рівні роботи з інформацією (груповому чи особистісному).

Стосовно окремої людини медіакультура виступає певною системою розвитку особистості, детермінованою особливостями її сприйняття, аналізу, структурування та категоризації, оцінювання, засвоєння медіаконтенту, критичного осмислення, прийняття рішення, вибору шляхів реагування тощо [3, с.31]. Дослідження таких індивідуальних відмінностей приводить нас до поняття когнітивного стилю.

Сам термін когнітивний стиль (від лат. *cognitio* «зання») почав використовуватися в психології в рамках стильового підходу для позначення стійких характеристик сприйняття, обробки, запам'ятовування інформації різними людьми, також переважного для них способу вирішення завдань інтелектуальної діяльності.

Дослідженням когнітивних стилів займалися чимало вчених: А. Адлер, Г. Олпорт, М. Полані, Дж. Берклі, Г. Лейбніц, Асмолов О.Г., Аллахвердов В.М., Вяткін Б.О., Ільїн Є.П., Клімов Є.О., Корнілова Т.В., Кочарян О.С., Маствіліскер Е.І., Мерлін В.С., Палей О.Й., Скотнікова І.Г. Толочек В.О., Холодна М.О. та ін.

За своєю сутністю когнітивний стиль є стійкою інструментальною характеристикою інтелектуальної діяльності, яка відображає специфіку організації пізнавальної сфери і не стосується при цьому її вмісту [7, с.31]. В загальних рисах це – спосіб роботи з інформацією.

Наприклад, когнітивний стиль *полезалежність/полenezалежність* обумовлює здатність інтелекту успішно виділити головний стимул на фоні перешкод. В результаті представники полenezалежного стилю швидше і точніше виділяють потрібну деталь із інформаційного мотлоху, більше спираються на власний досвід, краще працюють із складноструктурованою (наприклад, науковою) інформацією. Представники ж полезалежного стилю орієнтуються на поле зовнішніх стимулів, сприймають його цілісно. Їм складніше вдається структурувати, упорядковувати, деталізувати, критично оцінювати.

Полнос конкретність/абстрактність детермінує процеси диференціації та інтеграції понять. Так, для «конкретних» людей характерне «чорно-біле» мислення, залежність від статусу і авторитету джерела інформації, стереотипізація рішень, тоді як абстрактний стиль дає незалежність та об'єктивність в оцінках, гнучкість і креативність мислення.

Стиль *згладжування/загострення* визначає, чи буде людина тяжіти до запам'ятовування особливостей матеріалу, чи навпаки, спрощувати його відкидаючи деталі.

Стиль *ригідний/гнучкий, пізнавальний контроль* визначає швидкість зміни способу обробки інформації (наприклад, переключення з вербальних процесів на сенсорно-моторні).

Низька/висока толерантність до нереалістичного досвіду показує, наскільки людина сприймає нову інформацію, яка не відповідає наявному у неї суб'єктивному досвіду.

Імпульсивність/рефлекторність визначає швидкість прийняття рішення в ситуації множинного вибору.

Стилі *фокусуєчий/скануючий контроль* та *вузький/широкий діапазон еквівалентності* детермінують особливості систематизації та класифікації інформації.

Всі ці критерії є вкрай важливими для розуміння, як саме сприймається медійна інформація і які саме послання доходять до адресата. Наразі вже проводяться дослідження когнітивних стилів на рівні типологізації культур, великих соціальних груп, етносів, що розвиваються на базі концепцій М. Вебера, Н. Данилевського, Дж. Фейблмана, К. Юнга, Л. Уайта, Л.С. Виготського.

Водночас необхідно зазначити про негативний маніпулятивний вплив друкованих та електронних медіа, про ті когнітивні рамки, що усталюються в процесі сприйняття медіа-інформації. Про це пишуть такі сучасні дослідники як З. Бауман, М. Маклюєн, Д. Лалл. Останній доводить, що сучасна медіакультура «трайбалізує» суспільство та перетворює його на електронізоване «глобальне село» [5, С. 19-39].

Тому, на мою думку, вивчення когнітивних стилів сприятиме поглибленню розуміння таких вкрай важливих аспектів, як розвиток здібностей людини до самостійного та критичного мислення, інтелектуальної автономії особистості, навчання аудиторії розумінню соціальних, політичних, культурних змістів та підтекстів медіа-інформації.

Таким чином, одним із чинників, що обумовлюють медіакультуру, є індивідуально-специфічні характеристики сприйняття та обробки інформації аудиторією, до яких належать у тому числі когнітивні стилі, які можуть бути розглянуті як на рівні сприймання медіа-інформації окремою особистістю, так і соціальною групою, етносом, суспільством в цілому. Окремої уваги потребує проблема «когнітивних рамок», створюваних сучасними медіа-засобами; розробка стратегій запобігання та нейтралізації маніпулятивного впливу.

Література:

1. Бриггз А. Медиа. Учебник. / Бриггз А., Кобли П.; Пер. с англ. Ю.В. Никуличева – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 550 с.
2. Ильин Е.П. Психология индивидуальных различий / Ильин Е.П. – СПб.: Питер, 2004. – 701 с.
3. Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. / Кириллова Н.Б. – М.: Академический проект, 2005 – 448 с.

4. Корнилова Т.В. Подходы к изучению когнитивных стилей: двадцать лет спустя / Корнилова Т.В., Парамей Г.В. // Вопросы психологии. – 1989. – №6 – С. 140-146.
5. Лалл Д. Медіа, комунікації, культура. Глобальний підхід / Джеймс Лалл.– К.: К.І.С., 2002. – 264 с.
6. Харитонов М.В. Психология современных массовых коммуникаций: монографія / М.В. Харитонова. – СПб: Издательство СПбАУЭ, 2010. – 352 с.
7. Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. / М.А. Холодная. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.

*Ю. Д. Доброносова,
к. філос. н., доцент
Національний транспортний університет, м. Київ*

ЕКЗИСТЕНЦІАЛЬНА СПЕЦИФІКА МЕДІАТРАВМАТИЧНОГО ДОСВІДУ

Анотація. Автор окреслює розуміння екзистенціальної специфіки медіатравматичного досвіду та розглядає екзистенціальні аспекти самоздійснення в контексті сучасного розмаїття медіа.

Ключові слова: медіарозмаїття, медіадосвід, нові медіа, екзистенціальне самоздійснення, медіальність.

Соціокультурний горизонт початку ХХІ сторіччя характеризується екзистенційною непевністю і тиском, плінністю смислів і образів, дифузією цінностей, переплетінням комунікації і дискomuнікації, а екзистенціальне самоздійснення особи розгортається в горизонті культури медіарозмаїття. У світі переплетінь різних поколінь медіа відкриваються нові можливості самореалізації і комунікації, водночас – зростають і можливості маніпуляції страхами і тривогами. Екзистенціальний виклик, який кидають людині медіа, шириться у глобальних координатах. У горизонті подій сьогодення України, умовах військової та інформаційної агресії і війни особливої актуальності набуває міждисциплінарне осмислення не лише медіатравми, але й медіатравматичного досвіду. Таким чином метою нашого дослідження є аналіз екзистенціальної специфіки медіатравматичного досвіду, пов'язаної із гранично-ситуаційним характером медіатравми. Медіатравматичний досвід належить до проблем, які не є достатньо розробленими у психології і філософській антропології. Методологічне значення для нас матимуть як праці представників екзистенціальної філософії і філософії екзистенціалізму, так і орієнтири сучасної філософської антропології, філософії медіа і медіапсихології.

Медіатравма у більшості випадків є екзистенціальною за суттю, розвивається на основі медіатравматичного досвіду і в подальшому впливає на екзистенціальне самоздійснення і на майбутній медіадосвід особи. Наслідки її

виходять за межі самореалізації в просторі медіа і змінюють досвід суб'єкта за його межами, що пов'язане із екзистенціальним (або в термінах Томаса Ренча інтерекзистенціальним) характером більшості медіавпливів. Відомий дослідник інформаційного суспільства Елвін Тоффлер, міркуючи про шок майбутнього, зазначав, що головною передумовою його появи є неспроможність людини пристосуватися не просто до змін у соціумі, а до їх накопичення і наростання швидкості таких змін. Таким є характер змін у медіакультурі сучасності, і це є головною підставою для того, що медіадосвід стає медіатравматичним і часто пов'язаний зі страхом майбутнього. Медіа в усі часи були і залишаються засобами творення і перетворення смислів, а людина живе в світі смислів, тому необхідність трансформацій медіадосвіду може сприйматися особою як своєрідне зазіхання на базові смисли її існування. Екзистенціальна потужність медіа виростає із націленості особи на комунікацію не лише із Іншими, але із Іншим в собі самому, отже, наростання тенденцій дисконунікації в сучасній культурі нових медіа та гібридних форм нових і старих медіа може бути також травматичним. Сучасне медіарозмаїття, змінюючи кордони приватного і публічного, творить і контекст змін самого розуміння спілкування і розкриття себе в ньому. Тому екзистенціальна специфіка медіатравматичного досвіду може бути пов'язана і зі страхом перед самим медіарозмаїттям та швидкістю його розвитку. У сучасній медіа культурі зростають і можливості об'єктивації особи, аж до того, що саме екзистенціальне самоздійснення в космосі медіарозмаїття стає загрозливим, тому медіатравматичність досвіду є ледь не нормою. Медіатравма має характер екзистенціально-ситуаційний, а сам медіатравматичний досвід є прикладом граничної ситуації, в якій мають шанси вижити екзистенціали існування. Екзистенціальний виклик виступає як виклик ситуації ризику, в якій або відбувається вихід за межі буденного існування і пробудження особистісного початку або заціпеніння у негативних переживаннях аж до паралізуючого страху і деморалізуючого відчаю. Гранична ситуація медіатравматичного досвіду з одного боку є наслідком зовнішнього впливу (наприклад, зустріч із певним травмуючим медіаповідомленням або образом), а з іншого – внутрішньою кризою. Медіатравма виступає своєрідною межею, на якій існування особи стає невірноваженим, нестабільним, дисгармонійним, повернення до простору буденного неможливе, а ті екзистенціали, які визначали існування до такого досвіду, можуть як вижити, так і переглядатися. У деяких випадках навіть виразні екзистенціали буденного існування дорослої людини не рятують її від екстремальності і непередбачуваності, в основі якої лежить по суті напруга між життям і смертю. Якщо медіатравматичний досвід має місце у горизонті соціальних потрясінь (конфлікт, агресія або війна), то граничний характер його виводить на перший план ще й загалом інтерекзистенціальну суть медіадосвіду. Таким чином гранична ситуація медіатравматичного досвіду не лише фіксує кризовий стан існування людини, але й актуалізує особистісний початок людини. Вихід із такої ситуації передбачає те, що складаються нові вимоги особи до себе

самої і до світу, причому вони часто є надлишковими щодо початкових. Але найбільш суперечливим є зіткнення такої надлишковості із надмірністю самого медіадосвіду. І тут ми вбачаємо амбівалентний потенціал медіатравматичного досвіду як такого. У медіатравматичному досвіді ми стикаємося із граничною ситуацією помноженою самою на себе, адже вона є подвійним екзистенціальним викликом, неадекватна відповідь на який може закінчитися відмовою від комунікації як із Іншим, так і з самим собою.

О. А. Зеленько,
к. медичних н., доцент
кафедри загальної психології
КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНА НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПСИХОТРАВМИ ОСОБИСТОСТІ У СКЛАДНІЙ ЖИТТЄВІЙ СИТУАЦІЇ

Анотація. Автор виокремлює вектори подолання або зменшення психотравмуючого впливу обставин світоглядного конфлікту України та Росії, а саме: власні ресурси особистості, соціальну підтримку як малої соціальної групи, так й суспільства в цілому.

Ключові слова: психотравма, особистість, складна життєва ситуація.

Будь-яка складна життєва ситуація, яка також завжди носить кризовий характер, ставить особистість перед потребою вибору шляхів адаптації до актуальних умов. Це може привести до формування психотравми за умов недостатності механізмів психологічного захисту або надмірного за інтенсивністю або видом впливу. В такому випадку для подолання або зменшення психотравмуючого впливу обставин особистість має розраховувати не лише на власні ресурси, але й на соціальну підтримку як малої соціальної групи, так й суспільства, частиною якого вона себе вважає, в цілому. Малі групи надають таку підтримку переважно через особистісні контакти, які здебільшого є емоційно вмотивованими. Суспільство ж у цілому в такому випадку має надати світоглядні, етичні, сенсоутворюючі, ідеологічні орієнтири, тощо, які здатні значно полегшити залучення особистістю власних ресурсів. В умовах сучасного не лише військово-економічного, але перед усім світоглядного конфлікту України та Росії залишається практично незруйнованою ключова матрична структура російсько-радянської ідеології: досі продовжується домінування православної церкви (географічність підпорядкування патріархату принципового значення не має), визнання заслуг «ветеранів» російсько-радянської армії 1918-1991 рр., святкування псевдоперемоги України у другій світовій війні, шанування вояків-агресорів афганської війни 1979-1989 рр., амбівалентне ставлення до подій громадянської війни 1917-1920 рр., лівацькі економічні сподівання тощо. Замість чіткого, навіть спрощеного ідеологічного

пояснення суспільно-економічних подій, особистості пропонується самостійно орієнтуватися в кризових умовах, що неминуче призводить до формування важкої психотравми.

*І. О. Козієнко,
студентка 3 курсу Інституту післядипломної освіти
КНУ імені Тараса Шевченка, факультет психології, м. Київ*

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЗАХИСНИХ МЕХАНІЗМІВ ОСОБИСТОСТІ

Анотація. У статті розглядаються визначення та класифікація захисних механізмів особистості, наведено особливості їх прояву в житті людини.

Ключові слова: захист, психологічний механізм захисту, внутрішній конфлікт.

Психологічний захист має специфічні особливості та відноситься до найбільш складних для дослідження проблем психологічної науки.

Психологічні механізми захисту досліджувалися зарубіжними дослідниками (А. Адлер, А. Маслоу, К. Роджерс, Г. Саліван, К. Хорні, О. Феніхель, Е. Фромм, А. Фрейд, З. Фрейд, та ін.) та українськими і російськими науковцями (Ф. Бассін, Ф. Василюк, Р. Грановська, Д. Іванов, Н. Каліна, А. Карпов, І. Нікольська, Є. Романова, Т. Яценко та ін.). Разом з тим у сучасній психологічній науці існує ще багато протиріч навколо цієї проблеми. Відповідно до вищевказаного, мета даних тез – теоретично проаналізувати психологічні особливості застосування захисних механізмів у життєдіяльності особистості.

Поняття психологічного захисту має важливе значення у всіх напрямках психології та психотерапії. Люди перебувають під постійним впливом зовнішнього психічного тиску, а механізми психологічного захисту забезпечують зниження потенціалу емоційного напруження, яке може спричинити психічну травму. Психологічний захист виявляється не лише в разі виникнення надзвичайних обставин, а й у повсякденному житті. Тому це постійний механізм людської психіки [4, С. 419].

Вперше поняття «психологічний захист» було введено у рамках теорії психоаналізу (З. Фрейд) у контексті дослідження несвідомого для визначення засобу нівелювання внутрішнього конфлікту між структурними утвореннями психіки «Воно», «Я», «Над-Я». З. Фрейд вважав, що захист – узагальнена назва для будь-яких технік, котрі Его може застосовувати при конфлікті. Послідовниця З. Фрейда, його донька – А. Фрейд розглядає захисні механізми як один з механізмів адаптації та інтеграції особистості. На думку А. Фрейд, механізми психологічного захисту спрямовані на зменшення тривоги, викликані

внутрішнім конфліктом. А. Фрейд запропонувала вважати захисними такі «психодинамічні» механізми: витіснення; регресію; формування реакції; ізоляцію; заперечення (анулювання) здійсненої дії; проєкцію; інтроекцію; звернення на власну особистість; перетворення у свою протилежність; сублімацію; втечу від ситуації; заперечення; ідентифікацію; обмеження Я. Проте, на думку Н. Савченко, і цей список не повний, його доречно доповнити такими захисно-адаптивними механізмами як: раціоналізація, фантазія, конверсія, символізація, переміщення [6, С. 202].

Розуміючи психологічний захист як механізм, який активізується при небезпеці цілісності «образу Я» людини, Л. Заграй аналізує ймовірні причини порушення цілісності особистості, а саме: а) вплив суспільства на погляди особистості, що обмежують її право на свободу думки, дій, самовиявлення; б) психологічні травми і катастрофи, які можуть бути зумовлені як фізичними впливами середовища, так і соціальними процесами; в) різка зміна цінностей і моральних принципів в результаті соціальних потрясінь, суспільних змін, революцій, війн. Переживання таких ситуацій може призвести до: неадекватної поведінки особистості; втрати активної життєвої позиції; нездатності до саморегуляції, адаптації в суспільному середовищі [1, С. 135].

У той же час, за даними С. Кондратюк, психологічний захист як важливий неусвідомлюваний механізм поведінки відіграє важливе значення у формуванні особистості. Психологічний захист виступає для уникнення тривожності та напруженості, подолання відчуття невпевненості, почуття неповноцінності, розв'язання конфліктів [2, С. 117].

Дослідження О. Сегеди, Б. Фурманця, вказують на те, що у результаті витіснення неприємних думок і емоцій можуть включатися механізми психологічного захисту особистісного значення, а саме: ухилення від неприємних ситуацій; перенесення у вигляді відсунення емоцій, істинне джерело яких неприємне, на замісний засіб; раціоналізація як оправдання неприйнятної ситуації, в якій перекручується істина [7, С. 52].

Л. Копець зазначає, що найчастіше використовувані захисні механізми значно впливають на розвиток особистості. Так, захисні механізми дають змогу виключити реальність (заперечення), уникнути реальності (витіснення), перевизначити реальність (раціоналізація), надати реальності протилежного значення (реактивне утворення). Кожний механізм захисту є перешкодою у продуктивному розумінні реальності світу та власної особистості [3, С. 213].

Часте використання механізмів психологічного захисту призводить до їх фіксації на несвідомому рівні, а чим більше людина витісняє в безсвідоме, тим гірше вона знає себе, тим менше вона орієнтується в навколишньому середовищі і тим частіше при вирішенні своїх проблем вона буде потрапляти в безвихідні положення [5, С. 91].

Висновки. Таким чином, психологічні механізми захисту особистості є важливими структурними компонентами особистості, які захищають особистість

від внутрішньої емоційної напруги, тривоги, страху, дискомфорту з метою збереження Я індивіда у цілісності.

Література:

1. Заграй Л. Д. Практики соціально-психологічного захисту особистості умовах ризиків і небезпек / Л. Д. Заграй // Психологічні перспективи. – 2015. – Вип. 26. – С. 133–142.
2. Кондратюк С. М. Теоретичне обґрунтування механізмів психологічного захисту особистості / С. М. Кондратюк, Л. А. Сердечна // Зб. наук. праць ХІСТ Університету «Україна». – 2015. – №11. – С. 115–118.
3. Коpecь Л. В. Психологія особистості : [навч. посіб.] / Л. В. Коpecь. – К., 2007. – 460 с.
4. Михальська Ю. А. Особливості механізмів психологічного захисту особистості / Ю. А. Михальська, С. О. Ренке // Проблеми сучасної психології. – 2015. – Вип. 30. – С. 417–427.
5. Поліщук Д. С. Основні підходи до сутності механізмів психологічного захисту / Д. С. Поліщук // Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2014. – Вип. 1. – С. 88–95.
6. Савченко Н. І. Методологічні основи та методичні засоби вивчення психологічного захисту / Н. І. Савченко // Психологічні науки: Зб. наук. пр. – 2010. – Т. 2. – Вип. 4. – С. 202–206.
7. Фурманець Б. І. Концептуальний підхід до визначення психологічного захисту особистості від терористичних проявів / Б. І. Фурманець, О. О. Сегеда // Вісник ХНУ. – 2015. – Вип. 58. – С. 50–54.

О. О. Кришовська,

магістр психології, аспірант

Інститут соціальної та політичної психології, м. Київ

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОНЛАЙН-СПІЛКУВАННЯ З НЕЗНАЙОМЦЯМИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Анотація. У статті розглядається проблема взаєморозуміння у діалогічному комп'ютерно-опосередкованому спілкуванні. Викладені результати експериментального дослідження особливостей діалогічного текстового онлайн-спілкування зі знайомими та незнайомими співрозмовниками. Пропонуються заходи для профілактики та подолання медіатравми, що впливають з результатів дослідження.

Ключові слова: Комп'ютерно-опосередковане спілкування, діалог, взаєморозуміння, медіатравма.

З часів появи комп'ютерів було створено чимало теорій комп'ютерно-опосередкованого спілкування. Перші спроби аналізу цього виду комунікації

супроводжувалися саме описом обмежень, характерних для опосередкованого спілкування, і переліком його недоліків у порівнянні з неопосередкованим спілкуванням. Їхні автори стверджували, що ці обмеження є непереборними, і комп'ютерно-опосередковане спілкування приречене залишатися другорядним і поверхневим. Проте з плином часу та розвитком технологій опосередкування зв'язку, а також з накопиченням досвіду як у користувачів інтернету, так і у дослідників людини у віртуального просторі з'являлись нові підходи, що містили більше надії на гнучкість людської психіки, що може адаптуватися навіть до обмежених каналів сприйняття. Так, наприклад, центральним аргументом теорії розширення каналів є те, що, коли люди отримують більше досвіду взаємодії з конкретним комунікаційним середовищем, середовище стає багатшим для них. Тобто, теоретично, воно стає більш здатним для вирішення неоднозначних і особистісно орієнтованих завдань зв'язку. В рамках теорії обробки соціальної інформації висувається припущення, що комунікатори мотивовані розвивати міжособистісні враження і близькість незалежно від середовища. У разі, коли невербальні сигнали недоступні, комунікатори здатні адаптувати їхні взаємини та засоби зв'язку для того, щоб сигнали залишалися доступними через канал, який вони використовують. При цьому користувачам інтернету потрібно більше часу для налагодження контакту [1; 2].

Гармонійне використання інтернету можливе за наявності певного досвіду, користуванню інтернетом та комп'ютерному спілкуванню потрібно навчатись так само, як дитина навчається взаємодіяти з соціумом або як людина оволодіває технічними можливостями комп'ютера. Віртуальне середовище рясніє випадками кібербулінгу, адже за умов анонімності та фізичної неприсутності надто просто і безпечно видається образити іншу людину, без жодних наслідків для агресора. В інтернеті надзвичайно швидко поширюються чутки та плітки, що може викликати паніку та надає широкі можливості для маніпуляції людськими настроями та поведінкою. Для того, щоб уникнути негативного впливу неправдивої інформації, потрібно розвивати критичне мислення, вивчати інформаційні джерела, проглядати багато різних сайтів, щоб нарешті навчитися відрізнити правду від брехні.

Для того, щоб дослідити особливості онлайн-спілкування зі знайомими та незнайомими співрозмовниками, ми запросили досвідчених користувачів інтернету взяти участь в експерименті, провівши розмову на задану тему з одним співрозмовником. В експерименті взяли участь 37 пар знайомих між собою співрозмовників та 24 пари незнайомих. Їм потрібно було вирішити спільне завдання та в ході вирішення створити творчий продукт. Після виконання завдання учасники експерименту проходили три тести – «комунікативний рівень менеджера», що вимірює вміння людини вести бесіду, «Тест мотиваційних орієнтацій», що вимірює різні види мотиваційної спрямованості людини в ході конкретної бесіди та створений нами спеціально для цього експерименту опитувальник «ДВІС» – аббревіатура від «дослідження взаєморозуміння в інтернет-спілкуванні», в якому представлені різні аспекти онлайн спілкування –

темпоральний, змістовий, емоційний, історичний та медіа-активність особистості. Також в ньому були виділені шкали загальної задоволеності розмовою та загальний показник взаєморозуміння, що включає різні аспекти онлайн-спілкування, що корелюють з задоволеністю бесідою[4].

Як виявилось, знайомі між собою співрозмовники краще розуміють повідомлення одне одного, вони здаються їм простішими через пристосованість до індивідуального стилю онлайн-спілкування добре знайомого співрозмовника. Також знайомі співрозмовники оцінюють власні мотиваційні орієнтації на прийняття партнера, на адекватність сприйняття та розуміння партнера та на досягнення компромісу вище, ніж незнайомі співрозмовники. Ми пояснюємо такі дані тим, що люди, які мають досвід спілкування одне з одним, мали період взаємного налаштування одне до одного, їхні інтенції та реакції вже врівноважені, зворотний зв'язок відкалібрований. Це співзвучно з положеннями теорії обробки соціальної інформації. Мотивація спілкування цих респондентів не обмежується бажанням прийняти участь в дослідженні, бо вони спілкуються поза експериментом, отже, довіряють і цікаві одне одному і отримують задоволення від спілкування.

Щодо пар незнайомих між собою співрозмовників, то вони неочікувано продемонстрували вищий рівень медіа-активності, ніж пари знайомих між собою комунікантів. Шкала медіа-активності включала такі змістові області, як тривалість та інтенсивність досвіду спілкування в інтернеті (комунікативний критерій), створення власного медіа-контенту (творчий критерій), вибірковість, усвідомленість та критичність сприймання інформації в інтернеті (когнітивний критерій) тощо [3].

Метод опитування є методом збору суб'єктивних даних про людину, тобто результати опитувальників завжди дають нам інформацію про те, як людина себе презентує, який образ вона прагне створити у експериментатора. В даному дослідженні респонденти, що отримали досвід діалогу та виконання завдання в парі з абсолютно незнайомим співрозмовником, презентували себе як більш медіа-активні. Діалог з привітно налаштованим незнайомцем, що мав чітку структуру та вів до певного результату, спонукав людей оцінювати свою медіа-активність вище за людей, що спілкувалися зі знайомими і не отримали досвіду певного виходу за межі зони комфорту. Можливо, респонденти з експериментальної групи після отримання незвичного досвіду частіше згадували інші випадки своєї активності в інтернеті.

Більше того, респонденти з цієї групи оцінили свою задоволеність бесідою вище, ніж контрольна група. Вони були більше задоволені як процесом, так і результатами бесіди. Загальний показник взаєморозуміння, що включав різні аспекти онлайн-спілкування, що корелюють з задоволеністю бесідою, також виявився вищим в експериментальній групі. Більшість з респондентів експериментальної групи зазначили, що вони з задоволенням спілкувалися б з цим співрозмовником і надалі. Після експерименту ми помітили, що деякі пари раніше незнайомих респондентів не лише додали одне одного у друзі в

соціальних мережах, а й активно лайкають та коментують пости одне одного, тобто певною мірою дійсно збільшили свою медіа-активність.

Боротьба з явищами кібербулінгу, маніпулювання, залякування тощо полягає не в обмеженні доступу до інтернету, а в просвітництві та навчанні людей критичному мисленню, розвитку самосвідомості, використанню можливостей програм для спілкування, набуттю досвіду онлайн-спілкування та пошуку інформації. Негативний досвід спілкування в інтернеті може призвести до фрустрації і травмувати людину, проте позитивний досвід підвищує її самооцінку, позбавляє невпевненості та є підставою для подальшого подолання труднощів, підвищення медіа-активності та розширення подібного онлайн-досвіду. Основою для ефективного комп'ютерно-опосередкованого спілкування якісний зворотний зв'язок від співрозмовника, уважність до співрозмовника та усвідомлення власної мотивації спілкування. Досвід онлайн-спілкування є важливим, проте дещо другорядним в порівнянні з прагненням зрозуміти співрозмовника та готовністю знаходити компроміс.

Література:

1. Keep M. Comparing Online and Offline Self-Disclosure: A Systematic Review / M. Keep, A. J. Campbell, S. Yu // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. – 2012. – №20. – С. 71–140.
2. Walther J. B. Theories of computermediated communication and interpersonal relations / Walther. // *The handbook of interpersonal communication*. – 2011. – №4. – С. 443–479.
3. Вознесенська О.Л. Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента / Вознесенська О.Л.; II Міжнародна науково-практична конференція «Гене́за буття особистості» (19-20 грудня 2011 року). – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – Том II. – 408 с. – С. 18-25.
4. Кришовська О.О. Дослідження поглядів користувачів інтернету на взаєморозуміння в онлайн-спілкуванні / Олександра Олександрівна Кришовська. // *Materials of International scientific and practical conference «Problems and perspectives in European educational development»*. – 2016. – С. 185–186.

М. М. Малиш,

к. філолог. н.,

*Інститут підготовки кадрів державної
служби зайнятості України, м. Київ*

ПОЛІТРАВМАТИЧНИЙ ВПЛИВ МЕДІА НА ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ

Анотація. Аналізуються травмуючі впливи медіа на внутрішньо переміщених осіб, пов'язані як з особливостями їхньої адаптації, так і інформаційною політикою, творенням медіаобразів.

Ключові слова: медіа, аудиторія, реципієнти, медіаобраз, внутрішньо переміщені особи, адаптація, травмуючий вплив.

Від початку анексії АР Крим та воєнних дій на Донбасі аудиторія медіа поповнилася категорією внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Ці реципієнти мають низку особливостей, серед яких – підвищена чутливість до draжливої інформації, ознаки якої не завжди виокремлюються її трансляторами.

Така особливість даної аудиторії визначається, зокрема, її складом – представниками етноутворень із соціально-культурними пріоритетами, сформованими ще з дитинства в локальних середовищах, зруйнованих за травматичних обставин. Це позначається на можливостях адаптації не лише до місцевих громад зі своїми цінностями й поведінковими нормами, а й до загальної інформаційної картини світу, пов'язаної з вимушеним переселенням. Ускладнюють адаптацію свіжі картини війни, тривога за рідних, соціальна необлаштованість, а нерідко й раптова бідність.

Постає необхідність до адаптації і в мовно-комунікативному аспекті, оскільки відмінність мови мислення від мовного середовища території приймання пов'язана з вимушеною перебудовою картини світу (залежність світобачення від мови переконливо доведена мовознавцями). Чужа мова медіа може викликати їх відторгнення, звернення до звичних джерел.

Травматичне підґрунтя впливу ряду українських медіа на ВПО сформувалося задовго до обставин, що спричинило вимушене переселення. Прорахунки державної і редакційної політики медіа в галузі інформаційної безпеки, не завжди ефективні й коректні засоби реалізації державного статусу української мови відкрили простір для маніпулювання свідомістю, не сприяли єдності населення як на регіональному, так і державному рівнях.

Оскільки однією з базових функцій якісних медіа є об'єктивне відображення дійсності, при створенні медіаобразу ВПО необхідне визначення об'єктивного підґрунтя їх адаптації. Потрібно враховувати їх вищу порівняно з місцевим населенням активність у життєвому облаштуванні, працевлаштуванні, що завжди було характерно для приїжджих незалежно від причин переселення. Це не завжди адекватно сприймається місцевим населенням (особливо за умов вкрай складного соціально-економічного становища), як і обсяг державних преференцій ВПО. Окремі журналістські матеріали щодо користування цими преференціями вимушені переселенці сприймають як творення їх негативного медіаобразу (людей з протягнутою рукою – що могло бути спричинене способом подачі інформації, неврахуванням структури й специфіки аудиторії).

Для об'єктивного висвітлення таких неоднозначних тем необхідне їх всебічне розкриття, аналіз коріння, що було б суттєвим кроком уперед щодо розв'язання проблем. Навіть коректно викладена, але однобічна інформація медіа щодо користування ВПО підтримкою держави, волонтерів, місцевих громад за замовчування гострих проблем їх соціальної адаптації не сприяє комплексному висвітленню проблеми, адекватності медіаобразів.

На тлі характерної ситуації розірваності сімей ВПО, окремі члени яких з різних причин перебувають на залишених територіях, травмуючим чинником є обмеження спілкування звичними каналами соціальних мереж. Рішенню щодо припинення доступу до ресурсів російських розробників мали передувати створення і адаптація до потреб населення аналогічних вітчизняних ресурсів. Уривковість, непослідовний, обмежувальний характер рішень частіше викликає реакції нерозуміння, відторгнення.

За умов, коли ВПО отримують інформацію із зони воєнного конфлікту під час вимушених виїздів, вкрай важлива її об'єктивна трансляція медіа – як для довіри до них ВПО, які часто є очевидцями, так і уникнення циркулювання суперечливої інформації, що не сприяє консолідації суспільства, авторитету влади і ключових громадських інститутів.

Потребує виваженості висвітлення ціннісних орієнтацій, цільових установок ВПО. Наміри великої частки переселенців остаточно лишитися на приймаючих територіях, трансльовані в медіадискурсі, можуть трансформуватися в свідомості реципієнтів у бачення перспективи незворотної втрати окупованих територій після кровопролитної війни.

Отже, для нівелювання травмуючого впливу медіа на таку вразливу частину аудиторії, як ВПО, необхідна нормалізація процесів, пов'язаних з їх адаптацією, насамперед у суспільній проекції, яку відображають медіа. Зокрема, це стабілізація соціально-економічного стану в державі, активізація мирного процесу, посилення журналістського (як частини громадського) контролю над державною воєнною політикою, реальними кроками щодо повернення окупованих територій.

Необхідні більша увага медіа до проблем інтеграції ВПО до місцевих громад, труднощів облаштування, об'єктивна інформація про стан справ у зоні воєнних дій, дотримання прав наших співвітчизників, які вимушено там перебувають, чесне й коректне висвітлення інших проблем, на інформування про які існує гострий соціальний запит. Політиці маніпулювання російських медіа необхідно протиставити максимально об'єктивну інформацію з високою мірою аналітичності, яка, можливо, не сподобається владі, але змусить її до необхідних дій.

І. Г. Павленко,

к. педаг. н., доцент

*Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Старобільськ*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Анотація. Розглядається медіаграмотність як складова інформаційної культури студентської молоді. В умовах надлишку різноманітної інформації

необхідно грамотно її сприймати, розуміти, аналізувати, що, в свою чергу, потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вміння і безпечного користування нею. У процесі реформування вищої освіти потрібно зробити важливий акцент на формування медіакомпетентності студентів як невід'ємного компонента їхньої інформаційної культури. Оволодіння кожним студентом інформаційною культурою сприяє реальному розумінню себе, як майбутнього фахівця, свого місця і ролі у суспільстві та у світі в цілому.

Ключові слова: медіаграмотність, інформаційна культура, медіаосвіта, інформаційне мислення, інформатизація освітнього простору.

Реалії сучасного інформаційного суспільства вимагають забезпечення високої якості, доступності та ефективності системи вищої освіти. Підготовка молодого покоління людей, майбутніх фахівців різних спеціальностей, до життя та професійної діяльності неможлива без урахування невідпинного поступу інформаційно-технологічної сфери. У зв'язку зі стрімким формуванням нового інформаційного мислення, швидкого та відкритого доступу до різноманітних медіаджерел, предметом наукових дискусій і досліджень філософів, культурологів, педагогів стала проблема медіаграмотності.

Потрібно зауважити, що на сьогоднішній день зміст терміну «медіаграмотність» ще не знайшов своєї тематичної завершеності та повного смислового визначення. Так, один з провідних зарубіжних дослідників медіаосвіти К. Ворсноп трактує медіаграмотність як здатність до експериментування, інтерпретації (аналізу) та створення медіатекстів. На думку Р.Кьюбі, медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати інформацію у різних формах [1, С. 116-117].

Зауважимо, що останнім часом чимало досліджень щодо проблем медіаосвіти з'явилося й у вітчизняному науковому просторі. Серед інших до розробки різних її категорій долучилися Г. Онкович, В. Іванов, Н. Духаніна та ін.

У силу зазначених чинників у процесі реформування вищої освіти потрібно зробити важливий акцент на формуванні медіакомпетентності студентів як невід'ємного компонента їхньої інформаційної культури. У ВНЗ інформаційна культура формується через відповідні цінності, норми та методи у навчально-виховному процесі. При цьому цінності вказують на необхідність і спрямованість, норми – на очікувані моделі поведінки, а методи визначають способи діяльності, які спрямовані на практичне формування інформаційної культури.

Інформаційну культуру особистості слід вивчати і формувати в контексті умінь і навичок самостійного нарощування професійних і будь-яких інших знань, необхідних у повсякденному житті. Оволодіння інформаційною культурою у ВНЗ спрямовано на формування особистості, яка:

- 1) розуміється на поняттях: «інформаційні ресурси», «інформаційний світогляд», «інформаційне середовище», «інформаційна поведінка» тощо;
- 2) вміє формулювати свої інформаційні потреби і запити;

3) здатна ефективно здійснювати пошук інформації за допомогою сучасних пошукових систем;

4) уміє раціонально зберігати й оперативно переробляти великі потоки і масиви інформації;

5) знає норми і правила інформаційної етики і вміє вести інформаційно-комунікативний діалог.

Незалежно від напрямку спеціалізації майбутнього фахівця, у контексті медіаосвітньої підготовки студенти ВНЗ здобувають, навчаючись управляти потоками інформаційних ресурсів і опановуючи інформаційні технології та стратегії їх використання, стають творчо зорієнтованими й фахово компетентними» [2, С. 86]. Таким чином, в умовах інформатизації освітнього простору і потреби в реорганізації вітчизняної системи освіти, виховання медіаграмотності та медіаобізнаності здатне забезпечити в майбутніх фахівців високу якість особистісної інформаційної культури.

Література:

1. Курліщук І. І. Медіаосвіта студентства у сучасних соціально-педагогічних тенденціях і проблемах / І. І. Курліщук // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – 2013. – № 3. – С. 113-120.

2. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі / Г. Онкович // Вища освіта України. – 2014. – № 2. – С. 80-87.

О. Т. Плетка,

*м.н.с. лабораторії психології
малих груп та між групових відносин
ІСПП НАПН України, м. Київ*

ВТОРИННА ТРАВМАТИЗАЦІЯ: КЛАСИФІКАЦІЯ МЕДІАТРАВМ

Анотація. Розглянуто особливості вторинної травматизації, зокрема, медіа травми. Висвітлено авторську типологію вторинних травм за ступенем інтенсивності: травма свідка, травма слухача і травма глядача та описано коло людей, які безпосередньо мають справу з травмованою людиною або травмуючою подією й схильні до вторинних травматизацій: родичі, глядачі та фахівці.

Ключові слова: медіатравма, класифікація.

Сьогодні формують у фахівців не одностайне розуміння травматизації та впливу медіа продукту на травмовану подіями психіку. Широка практика роботи з постраждалими внаслідок конфлікту на Сході України дозволяє авторів узагальнити набутий на даний час досвід та оприлюднити отримані результати. Мова йде про види травматизації та способи її сприйняття. Розглянемо більш детально термінологічний та смисловий характер понять. Зазвичай під

травматизацією розуміють результат загрозливого впливу на психіку і тіло людини події або ситуації, які призводять до виникнення психологічної травми. Таку травму ще називають первинною, тобто такою, що «сприяла» виникненню психологічної травми.

Однак процес травмування може бути і не пов'язаний безпосередньо з подіями або ситуаціями. Тоді ми можемо говорити про вторинну травму, тобто травму, яка виникла під впливом кого – або чого-небудь на психіку людини, викликаючи у неї емоційний відгук.

У теорії психологічної травми також гідне місце займає поняття ретравматизації або ретравми. Ретравматизація виникає при спогадах, розповіданні про подію або при перегляді відео матеріалів про неї. Психіка сприймає ці процеси як «хронічну» травму, яка «не закінчується», і реагує звичним для себе способом.

Якщо первинна травматизація відбувається з безпосередніми учасниками події, які пережили, з певними реакціями, загрозу життю або безпеці, то вторинна травматизація властива людям, які були свідками події, але самі в ній не брали участь або спостерігали подію з екранів телевізорів, моніторів. Їх реакції засновані не на реальній загрозі, а на уявленнях про неї. Тобто вторинна травматизація – це феномен проживання події, про яку є мозаїчна інформація і відсутні логічні ланки «домальовує» лімбічна система вигляді фантазійних ілюзорних новоутворень, прийнятих свідомістю за справжні. Внутрішнє промальовування події набагато яскравіше, страшніше ніж процес проживання самого події, адже подія закінчилася, а в ілюзіях може тривати скільки завгодно часу, обростаючи новими і новими подробицями, що руйнують психіку.

За ступенем інтенсивності вторинну травматизацію ми розділяємо на 3 типи:

- *травма свідка*, коли людина безпосередньо спостерігає за подією, але не є її учасником, має чіткі, але мозаїчні спогади про її деталі і лімбічна система лише додає фрагменти події, яких бракує для цілісного сприйняття (близько 10-20%). Фантазійним образам в такому випадку «місця немає», є лише деякі деталі, які допомагають вибудувати логічний ланцюжок події. Людина активно реагує на подію, що спостерігає і її когнітивна, емоційна і поведінкова сфери конгруентні ситуації;

- *травма слухача*, коли людина не причетна до події, але близька до її учасників та має змогу слухати від них подробиці й бачити емоційні реакції. У такому випадку лімбічна система людини «домальовує» до половини нібито інформації про подію, додаючи своєї емоційності в інтерпретацію події при її переказуванні або спогаді. Цей ефект спостерігається і добре демонструється в дитячій грі «Зіпсований телефон», коли перші гравці майже точно передають інформацію, з невеликими спотвореннями, а наступні змінюють її до невпізнання. Людина, що схильна до такого типу вторинної травми, бере активну емоційне участь в діалозі, може безпосередньо реагувати на розповідь,

когнітивна сфера в такому випадку лише допомагає «добудувати» логіку та цілісність сприйняття події;

- *травма глядача*, коли людина має в наявності лише вивіреним відрізок події з готовими інтерпретаціями і психіка «домальовує» на «презентований» ЗМІ епізод таку кількість інформації, яка докорінно змінює саму подію в уявленні людини.

Сама назва вказує на основне джерело вторинного травмування – ЗМІ. Однак ця травма може стати результатом цілеспрямованого впливу на психіку людини не тільки ЗМІ, а й інтернет-технологій, рекламних агентств, спеціально підготовлених пропагандистів, тобто тих, хто має певну мету і формує громадську думку під неї, використовуючи різні доречні для цього технології. Результатом такого впливу може бути колосальне руйнування психіки, коли фільтри критичності сприйняття інформації відключаються.

У такому випадку можуть виявлятися відомі феномени сліпого фанатизму, «зомбі», так званого ватника, коли надана брехня не піддається сумніву, і психіка відсікає факти, що свідчать про іншу сторону події, тому що вони викликають хвилювання від протиріччя з основною «розумовою» лінією особистості. Достовірність інформації про подію в такому випадку представлена в незначних кількостях лише для «приспання» пильності критичних фільтрів і в неї вкраплена «потрібна» інформація, що маскується під достовірну.

Такого роду травмування трапляється при зрушеннях громадського порядку, революційних ситуаціях, техногенних катастрофах, війнах і інших масштабних подіях, які спостерігаються і проживаються людиною.

Участь людини-жертви в такому випадку пасивна, вона лише споживач інформації та своє відреагування вихлюпує на близьких, шукаючи в них ворогів. Такого роду травматизація може бути локальною, коли подія носить містечковий або родинний характер і глобальної, пов'язаної з історичними подіями.

До вторинної травматизації схильні люди, дотичні до події опосередковано крізь призму чужого досвіду. Умовно ми їх розділяємо на 3 групи:

- *родичі*, друзі, близьке оточення людини, безпосередньо потерпілої, які спостерігають за проявами симптомів і часом стають жертвами агресії і інших наслідків травми. Родичам доводиться порівнювати свою поведінку з можливими реакціями потерпілого і підлягати щоденному травмуванню;

- *глядачі* і читачі ЗМІ, схильні до так званої медіатравми. Медіатравма – це травмування психіки через спостереження за подією по інший бік екрану. Як говорилося вище, здатність психіки домальовувати подробиці в такому випадку відіграє тотально-саморуйнівну роль. На думку Л. А. Найдьонової людина може настільки залякати сам себе, що стає схильною до фобій і інших патологій сприйняття дійсності;

- *фахівці* допомагаючих професій, які в силу своєї компетенції надають постраждалим безпосередню допомогу. Слухаючи кожен день про декілька травмуючих подій і бачачи перед собою їх жертв, фахівець залучається до процесу отримання травми і накопичує свої переживання до стану емоційного

виснаження. Тому в світовій практиці існує певний норматив зайнятості таких фахівців, щоб їх продуктивність не страждала від перенапруги і професійного вигорання. Волонтерська діяльність теж схильна до таких негативних впливів. У цьому випадку ми можемо говорити про травмованого психолога, соціального працівника, лікаря, волонтера.

Отже, розуміння впливу травмуючої події на психіку та розпізнавання інтенсивності травмування та ретравмування людини допомагає здійснювати ефективну психологічну підтримку, знижувати вплив травмуючи факторів, включаючи вплив ЗМІ, та відновлювати постраждалого від психологічного травмування.

О. А. Пушонкова,
к. філос. н., доцент,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси

МОДЕЛІ ІДЕНТИЧНОСТІ В ДИСКУРСІ ТРАВМИ

Анотація. Розглядаються усталені метафори, що презентують смисли культури у ХХ – на поч. ХХІ ст. Досліджено феномен культурної травми на індивідуальному та колективному рівнях. Виявлено умови формування та стратегії ідентичності сучасної людини у межах культурно-травматичного дискурсу.

Ключові слова: травма, культурна травма, колективна пам'ять, травматична фіксація, ідентичність, культура повсякденності, зона комфорту, пси-нарцисизм.

Ми ще пам'ятаємо ідею прогресу, яка була ключовою для культури Просвітництва – «світла Розуму». З другої половини ХХ століття з'являються катастрофічні картини майбутнього, теорія прогресу втрачає значення, а соціальні зміни сприймаються як перманентна криза – в результаті формується «дискурс кризи». І ми швидко звикли говорити про кризу (економічну, політичну, духовну) та кризову свідомість, але в той же час з'являється третя ідея, згідно з якою сама по собі мінливість може порушувати нормальний хід суспільного життя, викликати стрес і породжувати стан своєрідної «травми» [1, 6].

Початок травматичного дискурсу – руйнування ідентичності у добу глобалізації. Концептуальна модель травми, запропонована психоаналізом, збагачується уявленнями про травматичний досвід, укорінений у колективній пам'яті. Війни, революції, природні катаклізми змінюють самосвідомість європейської людини, породжуючи феномен «розщепленої свідомості».

Усталені метафори презентують смисли культури ХХ-поч. ХХІ століття (згідно з психоаналітичною термінологією): злам (травма) – зсув (або різка інверсія) – забуття або, навпаки, акцентуація – підміна (від імітації до симуляції),

у форматі повсякденності – невпинне «програвання» одного й того ж самого (феномен «вимушеного повторення»). «Зупинений час» та «вимушене повторення» утворюють замкнене коло травматичної свідомості. У «зупиненому часі» може перебувати не лише людина, а й ціла нація. Травматичні фіксації та занепад «культури уяви» проявляються в феномені «тотальної візуалізації» – ми дивимось, але не бачимо.

Ці фактори та специфіка інформаційного простору породжують нову модель ідентичності – відцентрову, і як вихід – увага до останнього центру – Я. Сучасна людина живе у світі готових форм та проголошених істин, вдосконалюється заради комфорту, що змушує її втратити вектор здолання травматичного досвіду заради гедоністичної настанови запобігання страждань через утворення «броні» нарцисизму. Псі-нарцисизм (Ж. Ліповецький) [2] виступає інструментом соціалізації, створення зони комфорту.

М. Кастельс, сучасний теоретик інформаційного суспільства, впевнений, що сьогодні ідентичність стає головним, та іноді й єдиним джерелом смислів. Саме тому з розвитком нових інформаційних технологій вишуковуються нові можливості впливу на свідомість та підсвідомість людини та асортимент ідентичностей.

У такій моделі ідентичності як «турист» (З. Бауман) [3] представлено дві стратегії стосовно зони комфорту.

Перша – запобігання фіксації, підміна замкненого простору споживання іншими світами, втеча як «розривання культурної застигlosti». Реакцією на інформаційний пресинг в даному випадку є ігнорування («виключення») з потоку інформації, або фіксація емоційне включення у певний смисловий простір, який задає модель нової «благополучної» ідентичності в ситуації втрати справжньої. Тобто людина здобуває головне – ідентичність.

Друга – розширення зони комфорту як усвідомлення свого вкорінення у світі, вдосконалення простору творення смислів.

Зцілення культурної травми – не пошук бажаного у форматі повсякденності, а пошук справжнього, автентичного. Сьогодні не аналогія чи приналежність, а автентичність та достовірність є основою збереження ідентичності.

Проблема розширення зони комфорту потребує більш ретельного вивчення різних аспектів перехідності, характеристик маргінальної особистості, лімінальних культурних спільнот.

«Атомізація» членів сучасного масового суспільства – це форма ізоляції, а не спільності та співпричетності, проте сьогодні нелінійна динаміка ідентичності стає предметом вивчення в процесах архаїзації культури. Наслідок архаїзації – різноманітна структура ідентичності. У «дирчастій» структурі різноманітно безпосередньо проявляються архетипічні образи. Колективний вимір формує своєрідну «транс-ідентичність», яка знаходить яскравий опис у М. Маффесолі в його розумінні пористого «Я».

М. Маффесолі міркує про занепад індивідуалізму в масовому суспільстві. Сучасність переживає розквіт скоріш колективного індивідуалізму, який автор

називає «неоварварством», з властивою йому солідарністю, слабкою дисципліною, гнучкою ідентичністю і ситуативним етосом [4]. Подібна маргіналізація суспільства може розглядатися як психологічний механізм опору владі, потребою у формуванні простору довіри та безпеки. Пористе «Я», знаходячись у стані постійного транс, схильне приєднуватися до колективних емоцій, що забезпечує йому безпеку архетипного співтовариства. На цій важливій потребі формується поле сучасних транс-технік та технік «зомбування», засновані на специфіці колективних травм.

Транс-ідентичність актуалізується через архетипи колективного несвідомого та зразки маскульту, для неї характерними є експресія, спонтанність та неусвідомленість. Ідентичність формується як певний штучний конструкт, що здобуває тіло, як поліморфне утворення у процесах гібридизованої культури. Звісно, це накладає відбиток на усі рівні функціонування ідентичності.

Література:

1. Штомпка П. Социальное изменение как травма/ П.Штомпка // Социологические исследования. – 2001. – № 1. – С. 6–16.
2. Липовецки Жиль. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме // Ж. Липовецки. – Издательство: В. Даль, 2001. – 336 с.
3. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал / З.Бауман – 1995. – № 4 – С. 133-154
4. Маффесоли М. Околдованность мира или божественное социальное / Мишель Маффесоли // Электронный ресурс. [Режим доступа]: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/Maff_OkMir.php

*А. С. Рудченко,
аспірантка Інституту журналістики КНУ імені Т. Шевченка
асистентка кафедри журналістики Донецького національного
університету ім. В. Стуса*

ОБРАЗ УКРАЇНИ В МЕДІА: ТРАВМА МЕНШОВАРТОСТІ

Анотація. У тезах викладений частковий перелік фреймів, крізь призму яких подається образ українця й України в медіа. Увага приділена образам в контексті надання Україні безвізового режиму з країнами Європейського Союзу.

Ключові слова: фрейм; образ; Україна; українець; медіа; міф.

В умовах інформаційної війни, пропаганди й контрпропаганди існує потреба у формуванні образу України як для громадян держави, так і на міжнародній арені. У нашому дослідженні проаналізовано публікації на сайтах видань «Українська правда», Всеукраїнська газета «День», «Цензор.net», «Обозреватель.ua». Було розглянуто публікації весни 2017 року, у яких висвітлювалася тематика надання Україні безвізового режиму з країнами Європейського Союзу, з метою виявити характерні особливості формування

образу України серед міжнародної спільноти. До уваги також взяті публікації 2016 року, що стосуються безпосередньо теми введення безвізового режиму.

Особлива вага була приділена фреймам, крізь які було продемонстровано образ українців і України в медіа повідомленнях обраної тематики.

Фреймами є когнітивні структури, які скеровують наше сприймання соціальної реальності. Це своєрідні правила гри, які можуть розвиватися. У медіа це принципи відбору — коди наголосів, інтерпретації та презентації. Медійні продюсери зазвичай вживають їх для організації медійних продуктів і дискурсів, вербальних та візуальних [1, С. 24]. Під час аналізу було виділено такі характерні негативні фрейми, які застосовувалися до інформації про Україну та українців:

Українці – нелегальні трудові мігранти

«Лише один зі ста трудових мігрантів з України працевлаштовується за кордоном через офіційних посередників із дотриманням усіх вимог країни, де вони шукають роботу». («Українська правда», 17 травня 2017 року)

«В Міністерстві закордонних справ України нагадують, що безвізовий режим з ЄС не надаватиме права на господарську, комерційну діяльність, працевлаштування чи роботу за контрактом в країнах Шенгену» («Українська правда», 14 квітня 2017 року).

«Бегство из Украины? Дипломат рассказал, как безвизовый режим повлияет на эмиграцию» («Обозреватель», 21 вересня 2016 року).

Україна не потрібна Євросоюзу

«Україна може заохотити Євросоюз відкрити кордони Україні, запропонувавши прихисток мігрантам та співпрацю у розслідування міжнародних злочинів. Таку думку висловив заступник міністра юстиції з євроінтеграції Сергій Петухов у Facebook. На його думку, щоб отримати безвізовий режим із ЄС, треба стати потрібними Євросоюзу» («Українська правда», 28 листопада 2016 р.).

Українці міфологізують безвізовий режим

«Міф про «довідки з банку».

«Складно сказати, звідки походять міфи про «той самий пакет документів, тільки тепер – на кордоні», адже вони не мають зв'язку з реальністю» («День», 6 квітня 2017 р.).

«Как свидетельствуют соцпросы, большинство украинцев не знают даже того, что условием безвиза является биометрический паспорт. А вопрос о том, что делать со старыми паспортами после одобрения безвиза, ЕвроПравда слышит даже от журналистов» («Обозреватель», 6 квітня 2017 року).

Від України не очікують «високих результатів»

«5 апреля в Европарламенте состоялось обсуждение вопроса безвиза, во время которого было констатировано, что Украина в выполнении требований для введения безвизового режима с Евросоюзом «даже превзошла ожидания» в плане воплощения реформ» («Цензор.net», 6 квітня 2017 року).

Отже, досліджуючи український медіа простір, знаходимо приклади формування негативного образу українця й України – держави-гравця на

міжнародній арені. Зустрічаємо приклади подачі інформації крізь призму однакових фреймів різними виданнями.

Література:

1. Денисюк, С. Г. Комунікологія: навчальний посібник / С. Г. Денисюк. А– Вінниця : ВНТУ, 2015. – 102 с.
2. «День», Всеукраїнська газета. Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/>
3. «Обозреватель.ua». Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/>
4. «Українська правда». Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/>
5. «Цензор.net». Режим доступу: <https://censor.net.ua/>

О. О. Сусська,
к.філ.н., доцент,
НаУКМА, м. Київ

ДІАГНОСТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВПЛИВІВ РЕКЛАМНОЇ МЕДІАПРОДУКЦІЇ МЕТОДОМ СЕМАНТИЧНОГО ДИФЕРЕНЦІАЛУ

Анотація. При всій поліфункціональності культурної діяльності, різноманітності її змісту та форм пред'явлення, її головною метою залишається формування певного типу особистості, що має конкретні психологічні якості. Ця гуманістична функція культури може справджуватись або не справджуватись під впливом медіа. В урбанізованій соціально-культурній сфері цей вплив реалізується у медіарекламі, зміст якої складається за рахунок обміну смислами і цінностями, що можуть гуманізувати особистість молодого людини або спотворити її духовну модель світу.

Ключові слова: особистість, медіа, соціокультурна сфера, психологічні якості.

Усвідомлене ставлення людини до формування себе як цілісної особистості неможливе без орієнтації на її загальнокультурний розвиток. Безпосереднє сприяння індивідуалізації особистості відбувається шляхом подолання регіональної обмеженості, однобічності стереотипів сприйняття та поведінки, що приписуються їй суспільством. Залучення до культури через медіасферу може й спотворювати духовність людини, створюючи підстави для її універсалізації, або створювати умови до розкриття закладених в людині потенцій, гуманізації та гармонізації її розвитку.

Не слід забувати, що сприймання медіатравматичної продукції має свої психологічні особливості. За допомогою методу семантичного диференціалу були отримані важливі кореляційні зв'язки між окремими факторами семантичного диференціалу у процесі дослідження ставлення респондентів до телевізійної реклами. Так, наприклад, існує взаємозалежність між фактором соціальної адаптації (першим фактором) та думкою респондентів про те, яким чином впливає реклама на особистість людини. Було виявлено, що молодь, яка

має високі бали за першим фактором, тобто є соціально адаптованою, частіше вважає, що вплив реклами є духовно збагачуючим, гуманізуючим. А для соціально неадаптованої та мало адаптованої молоді (низькі оцінки за першим фактором) навпаки. Ця група вважає, що вплив реклами є духовно руйнівним, дегуманізуючим. Також частина цієї групи припускається думки, що реклама ніяким чином не впливає на особистість, її розвиток і духовний світ. Також у соціально дезадаптованої молоді вимальовується тенденція сприймати та негативніше оцінювати свій емоційний стан, (наприклад. зарубіжна реклама викликає в них емоцію злості).

За другим фактором – моральної оцінки, були виявлені такі кореляційні зв'язки: респонденти з високими оцінками за даним фактором вважають, що зарубіжна реклама викликає у них емоції здивування та веселощів, що можна пояснити сформованістю позитивних моральних критеріїв оцінки подій та явищ; у цієї групи молоді переважає неупереджене ставлення, наприклад, до зарубіжної рекламної продукції. Саме цією неупередженістю пояснюється відсутність взаємозв'язків між цим фактором та ставленням до вітчизняної реклами. З одного боку, досить слабка диференціація реклами «нашої» і «ненашої» (зарубіжної); з іншого боку, при наявності вищих критеріїв власної моральної оцінки некоректно критикувати спроби вітчизняних рекламодавців створити якісну рекламну продукцію. Збереження іміджевих характеристик незалежно від ставлення до якості цієї реклами («аби було наше») можна пояснити тим, що в даному випадку грає роль ще і почуття патріотизму, що підтверджується відсутністю подібних кореляцій з питанням якості реклами й щодо інших факторів також.

Втім, багато кореляційних зв'язків було виявлено за фактором тривожності. У молоді, що оцінює себе як тривожну, вітчизняна реклама викликає сум. Вплив реклами на особистість респонденти з високими показниками за фактором тривожності оцінюють як дегуманізуючий та духовно руйнівний; звісно ж **«нетривожні»** респонденти дають рекламі протилежну оцінку: на їхню думку вплив реклами на особистість можна назвати «духовно збагачуючим», гуманізуючим чи, в крайньому випадку нейтральним. Майже третина групи визнає, що реклама ніяким чином не впливає на особистість, її розвиток і духовний світ. Крім цього існує зв'язок між окремою шкалою (дорослий – інфантильний) та питанням про ставлення до реклами взагалі. «Інфантильні» респонденти ставляться до реклами взагалі негативно. Цей факт потребує пояснення із залученням додаткової інформації: гіпотетичне припущення пов'язано з неготовністю відповідально оцінювати явища суспільного життя, одним з яких є реклама, і власна «неспроможність» породжує й крайній негативізм взагалі.

Результати експерименту, що проводився методом інтерв'ю та методом семантичного диференціалу (респонденти віком від 17 до 26 років, м. Київ) наочно продемонстрували; що переконливість впливу, його психологічна активність і глибина пов'язані із змінами в системі особистісних смислів молоді

людини, яка потрапляє в поле інформаційного впливу ЗМК. Причому цей вплив необхідно досліджувати комплексно, в таких аспектах, як: психолого-комунікативний, інформативний, психолінгвістичний. Такий комплексний підхід може дати вичерпні дані про природу, течію і наслідки процесу взаємодії свідомості молодшої людини з інформаційним простором. При цьому необхідно враховувати загальну установку на сприймання // несприймання з боку всіх учасників комунікації, що, однак, передбачає можливості різного розуміння її реалізації. Отже комунікативний контакт масової аудиторії з рекламною продукцією засобів масової комунікації (ЗМК) являє собою специфічне явище як з психологічної, так і з соціокомунікативної точки зору.

О. В. Тараненко,
*к.філол.н., доцент, завідувач кафедри журналістики
Донецький національний університет
імені Василя Стуса*

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК З МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ПРОТИДІЯ МЕДІАТРАВМУВАННЮ

Анотація: Матеріалом презентують систематизацію автором свого тренерського досвіду в програмах з медіаграмотності та його узагальнення щодо профілактики медіатравматизації.

Ключові слова: медіаграмотність, медіаосвіта, медіатрама, критичне мислення

Сучасна людина знаходиться під постійним впливом інформації, кількість якої багаторазово перевищує здатність її засвоєння, а якість ускладнена свідомими маніпуляціями з боку професійних комунікантів. Така ситуація призводить до багатьох небезпечних психологічних наслідків – медіазалежності, «отруєння» негативними новинами, втому від інформації, відмовою від новин загалом тощо. Загальне визначення таким явищам є медіатравмування. У соціумі, що перебуває у кризовому стані через внутрішні чи / та зовнішні конфлікти, така ситуація підсилюється чинниками перетворення інформування на пропаганду (необхідність згуртування суспільства, тимчасові заборони на правду, підміна інформації лозунгами, розповсюдження «мови плакату», формування образу ворога тощо). Небезпека медіатравми за таких умов також посилюється. Показовим прикладом тому є сучасний стан української аудиторії медіа з яскраво вираженими симптомами «втоми від війни», бінарної семантики «зрада – перемога», різкі коливання від визнання тільки «своєї» правди до категоричної недовіри медіа загалом.

Найбільш ефективним засобом профілактики медіатравми є формування навичок критичного мислення, на яких базується медіаграмотність особистості. Оскільки програми з формування і розвитку медіаграмотності в Україні ще не

закріпилися в шкільній системі освіти, існуючи досі лише як експериментальні чи факультативні (з 2011 року), то основну діяльність з їх впровадження здійснюють тренінгові програми для громадян загалом та спеціалізованих аудиторій чи за професійною ознакою (вчителів, бібліотекарів, журналістів), чи за віковим критерієм (для молоді, для людей поважного віку). Флагманом в цій галузі є Академія української преси, яка впроваджує тренінгові програми з медіаграмотності широкого спрямування та веде активну видавничу діяльність просвітницької і навчальної літератури.

Матеріалом для доповіді стала систематизація власного тренерського досвіду в програмах з медіаграмотності. Це, зокрема, проект «Програма медіаграмотності для громадян» у партнерстві Академії української преси, IREX та StopFake за підтримки Міністерства закордонних справ та міжнародної торгівлі Канади (DFATD Canada) 2015-2016 року, який охопив 14 областей України; Всеукраїнська програма «Медійна грамотність для людей поважного віку» ГО «Центр Поділля-Соціум» за підтримки Фонду сприяння демократії Посольства США в Україні (листопад 2016 – липень 2017); програма 4-денних тренінгів з підготовки тренерів з медіаграмотності Академії української преси за підтримки DW Akademie у Києві, Запоріжжі, Полтаві, Одесі в квітні 2017 року та грантовий проект магістрантів ДонНУ імені Василя Стуса «Центр просвітницьких програм з питань медіаграмотності та протидії маніпулюванню з боку медіа» за сприяння ГО «ВІСЬ» та фінансової підтримки БФ «Український жіночий фонд», Інституту миру (США), Глобального фонду для жінок (липень – жовтень 2016 р. на базі трьох ЗОШ м. Вінниці).

Увесь комплекс вправ та завдань з формування навичок критичного мислення та медіаграмотності, що його застосовують у тренінгах, на наш погляд, перш за все пов'язаний з трьома основними проблемами сприйняття медіа сучасною людиною. Мета і завдання тренінгів з медіаграмотності, що полягають у поступовому формуванні свідомого споживання інформаційного продукту українцями, витікають саме з усвідомлення цих проблем, що травмують соціум, ставлять перешкоди критичному мисленню. Представимо цей зв'язок у вигляді таблиці.

Таблиця 1.

Проблеми, пов'язані з сучасними медіа	Типи вправ та завдань у тренінгових програмах
«Наркотизація соціуму», медіазалежність	Вправа «Моє медіаполе» та інші засоби самодіагностики
Сакралізація медіа	Вправи на створення медіапродукту, медіавиробництво, екскурсії в редакції
Пропаганда та маніпуляції	Розпізнання маніпуляцій, вправи на маркери пропаганди та маніпуляцій, знання власників медіа, вправи на декодування телевізійної інформації.

Вправи першого типу дозволяють людині поставити собі певний діагноз щодо медіазалежності, надлишковості часу, що витрачається на так звані фонові медіа, коли інформація з різних каналів потрапляє до реципієнта нашарованою (фонова музика з радіо, фоновий телевізор, постійно активні акаунти в соціальних мережах тощо). Іноді вправи на «розгортання» фонового споживання медіа демонструють найбільш активним споживачам інформації, що в їхній добі більш ніж 24 години, тож часу на живе спілкування загалом не залишається.

Десакралізація медіа, усвідомлення того факту, що всі медіамеседжі є сконструйованими, створеними людьми, тож не можуть бути «святою повною правдою» за визначенням, найбільш ефективно відбувається через створення людиною медіапродукту: участь у написанні матеріалу, зборі інформації, тренінгові вправи «робота редакції» чи, навіть, екскурсії на телебачення чи радіо.

Аналіз поширених сьогодні маніпуляцій та пропагандистських прийомів ефективніше за все відбувається через контент-аналіз телевізійних сюжетів, присвячених одній події, на каналах, що належать різним власникам. Певні навички декодування телеінформації в її порівнянні, отримані на тренінгах, сприяють сталому формуванню критичного мислення у реципієнта.

Г. М. Федоришин,

к. психол. н., доцент

*ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника», м.Івано-Франківськ*

ЕКОПСИХОЛОГІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ПАТОГЕННІ КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Анотація. У статті проаналізовано патогенні фактори інформаційно-психологічного впливу на масову свідомість, наслідки впливу, принципи конструктивної подачі інформації.

Ключові слова: інформаційна травма, інформаційне середовище, інформаційний вплив, ідентичність, фактори стресостійкості.

Головний обов'язок журналіста – сприяти забезпеченню права громадян на одержання інформації, уникати неповноти або неточностей чи викривлень інформації, які могли б завдати моральної шкоди честі та гідності людини. Основними імперативами журналістської етики є: «не приховай» і «не нашкодь». Поєднання цих принципів вимагає високого професіоналізму від журналіста. Невміле їх застосування може призвести до медіатравми. Внаслідок екстремального зовнішнього інформаційного впливу на особистість порушуються цілісність і функції психіки, почуття безпеки індивіда і натомість виникає почуття жаху, безсилля. Головним змістом медіатравми є втрата сенсу існування, руйнування базових переконань (віра у справедливість та порядок,

відчуття власної цінності, віра у свою щасливу долю, у доброзичливість людей і світу) картини світу і планів на життя.

До травмуючих подій відносять: природні й техногенні катастрофи, терористичні акти, взяття в заложники, вбивства, насилля, нещасні випадки, ДТП, повідомлення про нещастя з близькими, вимушене переселення, втрату роботи. При цьому травма виникає не лише в безпосередніх учасників травмуючої події, але й в очевидців, аудиторії ЗМІ. У зв'язку з цим постає питання про форму подання інформації як мінімально травматогенної (не приховування інформації, а грамотне її висвітлення).

Травмуючий ефект досягається також завдяки неспроможності індивіда повноцінно співвідноситися із сучасним інформаційно перенасиченим середовищем. Зростаюча диспропорція між людиною, чії можливості біологічно обмежені, і людством, що не обмежене у своїй техно-інформаційній експансії, призводить до поверхневого сприймання, без занурення у глибину речей, що послаблює критичність мислення і смислову чутливість [1]. До патогенних факторів інформаційного впливу відносимо: героїзацію і міфологізацію агресора; пряме або опосередковане виправдання агресора; презентацію агресора як «людини» з людськими переживаннями, сімейною історією (спроба співпереживати агресору теж є травматичною); чорний гумор на адресу постраждалих, цинічний стиль висвітлення інформації; показ триумфу і безкарності агресора; надання слова в ефірі терористу (пряма спроба залякування населення); пошук винних серед жертв і рятівників; пряме або опосередковане звинувачення самої жертви; заклики до колективного покаяння; нагнітання страху, почуття безсилля; показ людини в момент гострого болю і відчаю; демонстрація морального і фізичного знуцання, смакування подробиць насилля (сам журналіст теж зазнає травми). Перегляд сцен насилля без можливості втрутитися може призвести до викривлення атрибуції вини. В такій ситуації глядач схильний вважати жертву винною, оскільки при цьому відчуває себе більш затишно.

Натомість, конструктивна подача інформації передбачає: наведення прикладів мужності і стійкості людей, які попали в екстремальні обставини; позитивне підкріплення стратегій активності; опір на абсолютні цінності (любов, дружба, мужність, творчість, вдячність); психологічна підтримка постраждалих; вдячність учасникам рятувальної операції; віра в людину і віра у майбутнє.

Одним із наслідків інформаційної травми є виникнення у населення Стокгольмського синдрому або травматичного зв'язку – емоційної прив'язаності жертви до загарбника (яскраво спостерігається за тоталітарного режиму як культ особистості). Якщо жертва позитивно відгукується про агресора, то це є ознакою синдрому і свідченням того, що вона потребує психологічної реабілітації. Факторами, які сприяють розвитку Стокгольмського синдрому в аудиторії, є наступні: надання слова терористам як ще одна спроба самозвеличення агресора і залякування населення; нагнітання страху і приреченості; твердження про те, що неможливо і не потрібно протидіяти терору; створення міфу про

непереможність агресора; чорний гумор; міфологізація і героїзація терористів. Ще одним наслідком неправильного висвітлення подій є дефекти національної ідентичності: негативна ідентичність, маргінальна ідентичність, дифузна ідентичність. У виняткових випадках людина формує абсолютно нову ідентичність (виходить за встановлені рамки реальності, що з різних причин її не влаштовує), яка стає новою колективною ідентичністю (Т.Шевченко, Г.Сковорода та ін.).

У підсумку зазначимо фактори стресостійкості, які допоможуть протистояти інформаційному насиллю. Це відчуття важливості свого існування, почуття незалежності і можливості впливати на своє життя, відкритість і зацікавленість у змінах, спонтанність, гнучкість, критичність мислення і розвиток неформальної логіки.

Література:

1. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: Монографія / За наук. редакцією Л.А.Найдьонової, Н.І.Череповської. - К.: Міленіум, 2014. – 348 с.

І. Г. Ціко,

*к. педагог. н., ст. викл. кафедри історії
суспільно-гуманітарних дисциплін і методики їх викладання
Донецького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти*

ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАІМУНІТЕТУ СУЧАСНИХ ШКОЛЯРІВ: ДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація: Матеріали направлені на можливість сформувати в учителів-практиків уміння обирати з-поміж існуючих якісні навчальні медіапродукти, а також їх створювати самостійно, використовуючи різноманітні програмні застосунки й онлайн-сервіси.

Ключові слова: медіаімунітет, медіаграмотність, медіаосвіта, школа, діти

Спостереження за реаліями життя сучасного молодого покоління налаштовує нас на думку, що збільшення обсягів інформації (в т.ч. навчальної), якою оволодіває юнь, поява найновіших (за останнім словом техніки) гаджетів впливає прямо пропорційно й протилежно на рівень сформованості критичного мислення і здатності адекватно реагувати на нові ризики й виклики. Зрозуміло, що вони якраз стосуються спектру питань, пов'язаних з психічним і фізичним здоров'ям людини й суспільства в цілому. Тому не випадково в оновленій «Концепції упровадження медіаосвіти в Україні» саме медіаосвіта визначається «фундаментальним складником інформаційної безпеки країни», та навіть більше – «відіграє стратегічну роль [...] формуванні української ідентичності» (виокремлення наше – І. Ц.) [4, с. 5].

Мусимо визнати, що потребуємо злагоджених дій усіх освітніх інституцій щодо психолого-педагогічного супроводу становлення нового мислення, яке має формуватися у середовищі учнівства на засадах «модерної українськості» (термін – І. Гулика й І. Федорченка) – такої моделі національно-культурного розвитку суспільства, що виявляється в почутті «гордості за країну, за її історію, за героїв» [2] та функціонує переважно у формі інтегрованої єдності української етнічності й громадянськості [5, С. 243].

Окрім того, ми потребуємо навчальних методик, які ґрунтуватимуться на розробці концепцій й інструментарію, що в умовах сучасної технологізації допомагатимуть нам, педагогам-практикам, методистам-ученим, науковцям і громадськості відвойовувати увагу дитини й навчатимуть нас використовувати методи впливу на свідомість, аби формувати повноцінну мислячу особистість зі стійкою психологічною несприйнятливістю негативних факторів.

Так, у згаданій вище «Концепції» це розкрито у контексті поняття «медіаімунітет особистості», що визначається як здатність протистояти агресивному й деструктивному медіасередовищу, сформованістю умінь захищатися від шкідливої інформації та в цілому забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції [4, С. 10].

Зрештою, на це ми націлюємось, розпочавши з 2017 року на Донеччині роботу обласного експериментального майданчика «Медіадидактичні основи сучасного уроку мови та літератури в загальноосвітній школі» на базі окремих навчальних закладів (Костянтинівський лицей із загальноосвітньою школою І-ІІІ ступенів, Краматорська ЗОШ І-ІІІ ступенів № 8, Сіверська ЗОШ І-ІІІ ступенів Бахмутського району, Срібненський НВК Покровського району, Іверська ЗОШ І-ІІІ ступенів Олександрівського району).

Його мета – сформувані в учителів-практиків уміння обирати з-поміж існуючих якісні навчальні медіапродукти, а також їх створювати самостійно, використовуючи різноманітні програмні застосунки й онлайн-сервіси. Критерії, на які зорієнтовуємось у цьому – емоційний відгук, нестандартне рішення, простота, «читабельність».

Такий порядок представлення вимог до медійного навчального матеріалу визначено не випадково.

Емоційний відгук. Мусимо пам'ятати, що сучасний школяр, завдяки великій кількості часто конкуруючих масмедіа (телебачення, радіо, інтернет-ресурси, преса, видавництва, вуличні бігборди, постери тощо), щодня контактує з розмаїттям інформації в усіляких проявах. Нерідко до створення такого продукту долучені професіонали (дизайнери, піар-технологи), що добре знаються на засобах свідомого та несвідомого впливу на емоційну й почуттєву сферу людини, делікатно, майже непомітно, формують бажану поведінкову модель. Зрештою, так само, через емоції, педагог може викликати інтерес у школяра до навчального матеріалу (теми, явища), актуалізувати й активізувати його увагу, мотивувати до співпраці. Нехтування цього критерію є причиною того, що все, що демонструється й опрацьовується на уроці (схема, текст,

зображення, відеофрагмент та ін.) просто полишене учнівської уваги, бо «недоотягує» до строкатості сучасного медіапростору, в який органічно вплетена дійсність молодого покоління (рис. 1).

Нестандартне рішення. Дотримання цього критерію сам процес навчання виводить на значно вищий рівень, де немає місця сірості й буденності шкільного нудного життя (очима учня). Результати наших спостережень свідчать, що тут важливо випрацювати якісний діалог між педагогом і його вихованцями. Учитель, що знається на вподобаннях і естетичних смаках учнів і вміючи трансформувати (адаптовувати, видозмінювати, комбінувати, моделювати на основі певних положень) навчальну інформацію, подає її креативно. Виразними прикладами на підтвердження цього може слугувати інфографіка, в якій на основі алгоритму візуально порівняно головні персонажі з трагедії В. Шекспіра «Гамлет» і м/ф «Король Лев» чи система образів з серії романів про Гаррі Поттера, представлена у вигляді загальновідомої періодичної таблиці хімічних елементів Д. Менделєєва. На рис. 2 промовисто демонструємо переваги заявленого критерію на прикладі візуального представлення програмового художнього тексту зарубіжної літератури для 11 класу.

Простота. Найзрозумілішим поясненням, на нашу думку, такої вимоги є загальновідомою істиною «усе геніальне у світі – просте». Нерадагований, надмірно чи штучно уяскравлений контент (відволікаюча анімація, немотивована орнаменталістика, зайві елементи, повторюваність тощо) лише шкодить сприйманню інформації та навчальному процесу в цілому. За таких умов у школярів, чия освітня діяльність і так перевантажена змістом існуючих програм, формується ще й відчуття зайвої інформації, інтерес і мотивація можуть стрімко знижуватися. Тобто мова про те, що зміст навчального продукту має бути не банально спрощеним, а таким, коли кожен елемент виконує якусь певну дидактичну функцію. Покажемо це на прикладі рис 3: зображенням другого порядку підкреслюємо головну думку байки Езопа «Хліборобові діти», а саме заповідь батька синам жити у злагоді. Для порівняння знімок слайду, на якому подано графіка гіршої якості та дублюється художній текст з підручника.

«Читабельність». Важливо, щоб усі явні й завуальовані складники (текст, статичне чи динамічне зображення, аудіо й відео, фонові елементи тощо) були аудиторією належно сприйняті. Навчальний медіапродукт не повинен бути переобтяжений суцільним текстом – усе подаємо у вигляді опорних понять, а ключові фрагменти можуть увиразнюватися різним шрифтом (не більше трьох відмінних гарнітур), типом накреслення, кеглем, заміщуватися невербальними елементами (символами й знаками, упізнаваними за текстом і контекстом), виокремлюватися кольором (технологічний прийом багаторівневого шрифто-кольорового маркування – Г. Аствацатуров [1, с. 96]) (рис. 4). Також доречним є створення чи використання готових прикладів візуалізованого тексту (слово- й фразо-образи, шифтові й шрифто-зображувальні композиції, зразки летерингу, каліграм і монограм та ін.). Окрім того, уміле й не надмірне оформлення текстової тканини із застосуванням обґрунтованого нами прийому шрифтової

стилізації [6] значно розширює можливості вчителя й учнів, аби творчо підходити до оформлення наочності й навчальних проєктів (рис. 5).

Створення й застосування в едукативному процесі навчального медіапродукту (на основі висвітлених критеріїв) в аспекті формування медіаімунітету учнів сучасної школи має так чи інакше уможливити, на наше переконання, реалізацію метапредметного й поліхудожнього підходів, а також дидактичних принципів – індивідуалізації, диференціації, інтенсифікації й персоналізації. Окремої уваги потребують питання щодо використання технологічних прийомів медіадидактики, наприклад: операціоналізації понять, ретроспективи й перспективи, дезінформації, монтажу / колажу, анімаційної та мультимедійної евристики, інтерактивного моделювання та ін. На жаль, формат тез не дозволяють висвітлити окреслену проблематику, що, у свою чергу, може стати предметом подальших розвідок і публікацій.

Вважаємо, що формування медіаімунітету сучасного школяра має стати одним із пріоритетних завдань дидактики й методики, оскільки в реаліях сьогодення школа й суспільство мають створити максимально сприятливі умови для становлення особистості учня, за яким майбутнє своє, країни й планети. Така особистість має бути медійно зрілою. А для цього учитель у межах навчального простору повинен запропонувати учневі такий медіапродукт, що буде здатний конкурувати з тим, що деформує систему цінностей, шкодить розвитку критичного мислення, націленості на перспективу молодого покоління.



<p>Рис. 1. Приклад оформлення титульного слайда до вивчення творчості А. Малишка, враховуючи / нехтуючи критерієм «Емоційний відгук»</p>	<p>Рис. 2. Шрифтовий плакат на основі поезії В. Маяковського «А ви змогли б?» (автор – DaniaGoh) на противагу звичному оформленню художнього тексту – критерій «Нестандартне рішення»</p>
--	---



Рис. 3. Оформлення навчальної інформації за критерієм «Простота»



Рис. 4. Приклад оформлення тексту за критерієм «Читабельність»



Рис. 5. Антуан де Сент-Екзюпері. Візуалізація імені письменника. Шрифто-зображувальна композиція (шрифт Cafe de France)

Ю. С. Чаплінська,
*к. психол. н., с.н.с. лабораторії
психології масових комунікацій та медіаосвіти
ІСПП НАПН України, м. Київ*

МОЖЛИВОСТІ СІНЕМАЛОГІЇ ПРИ РЕАБІЛІТАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ТРАВМИ

Анотація. Автор розкриває поняття сінемалогії: особливості процесу та етапи роботи. Приводить приклад аналізу фільму з групою вимушено переміщених осіб для ілюстрації можливості в рамках сінемалогічного підходу працювати з травматичним досвідом.

Ключові слова: сінемалогія, посттравматичний ріст, психологічна реабілітація.

Теорія психоаналізу Зігмунда Фрейда та перший фільм з'явилися на світ в один рік, і з тих пір, на наш погляд, кіно і психологія нерозривно пов'язані один з одним. Більшість шедеврів світового кінематографа побудовані на яскравому і правдивому розкритті характерів головних героїв через їхні внутрішні конфлікти, переосмислення та психологічну трансформацію. Для створення таких достовірних персонажів, великі голлівудські студії запрошують в якості консультантів практикуючих психологів. На даний момент розвитку суспільства вже існує багато фільмів з різною тематикою, різними проблемами, можна сказати, на будь який смак. І залучення їх у психотерапевтичний процес ввижається нам м'яким та екологічним способом роботи з проблемою деяких клієнтів.

Сінемалогія – це метод онтопсихологічного аналізу кінообразів, який виявляє несвідомі когнітивні конструкції та поведінкові патерни людини і дозволяє за допомогою рефлексії та інших психотерапевтичних технік переосмислити власне буття. Розробником даного методу вважається італійський вчений професор Антоніо Менегетті. Він спостерігаючи за дискусією групи людей, які обговорювали щойно переглянутий фільм, усвідомив, що кінострічка симулювала дискусію та дозволила виявити проєктивний характер психологічних установок учасників дискусії, а також дозволила кожному глядачеві зрозуміти, наскільки його особисте сприйняття розходилося з об'єктивним змістом кінофільму. Сінемалогічний метод заснований на ідеї проєкції: «Моє бачення реальності залежить від мого внутрішнього стану».

Сінемалогія, в загальному розумінні, – це практика спільного перегляду і обговорення спеціально відібраних фільмів, основною метою якої є навчити глядача бути уважним до власних думок, поведінки та життєвих виборів. У даному випадку істинним об'єктом сінемалогії виступає не сам фільм, творчість режисера чи прояви головних героїв, а інтерпретації кінотвору глядачами. Перевагою даного методу можна вважати те, що людина набагато більшого може

навчитися, “проживаючи” схему поведінки, показану у фільмі, ніж вислуховуючи теоретичні пояснення на практиці. Метод допомагає клієнту актуалізувати власні внутрішні проблеми, подивитися на них із сторони, проаналізувати, усвідомити і, при бажанні, закласти фундамент для змін без сторонніх втручань. Результатом використання сінемалогічного методу також є підвищення здатності особистості до критичного осмислення життєвих ситуацій, руйнування не функціональних стереотипів, стимуляція в тих областях і контекстах, в яких клієнт прагне досягти лідерства.

Сінемалогічний аналіз допомагає точно прочитати образне послання, оцінити свою поведінку з мета-позиції, засвоїти уроки з чужих помилок, не здійснюючи їх у власному житті.

Метод складається з трьох основних частин:

1. введення в обрану психологом тему, перегляд відповідного фільму;
2. аналіз клієнтом або учасниками групи кінопродукту та своїх власних переживань стосовно нього та відповіді на поставлені ведучим запитання;
3. зворотній зв'язок ведучого, теоретичні роз'яснення певних психологічних моментів фільму, розстановка основних аспектів, відповіді на запитання глядачів.

Основне завдання учасників процесу – це спроба зрозуміти фільм на таких рівнях:

- *Індивідуальний рівень*: психологічна проблема/дилема/установки головних героїв та можливі шляхи рішення означеної проблеми.

- *Соціальний рівень*: аспекти взаємодії між героями: успішні і “провальні” моделі та стратегії.

- *Символічний рівень*: символи кінокартини та їх можливі інтерпретації. Головний зміст, мораль та урок, що демонструє фільм.

Для аналізу фільмів можна використовувати як загальні, так і конкретні питання по сюжету. Ось деякі загальні питання, що можна використовувати: Які головні події, в чому їх зміст? Хто головні герої, в чому логіка їх поведінки? У чому сенс даного фільму? До чого він закликає? Чого цей фільм нас навчає? Що в ньому було хорошого, а що не дуже?

Для переосмислення травматичних подій, ми проводили сінемалогічні заняття з групою ВПО (вимушено перемішених осіб). І пропонували для перегляду мультиплікаційний фільм студії Ріхар «Пісочник» («Piper»), 2016, режисера Алана Барилларо. Головна його ідея, на наш погляд, – «що нас не вбиває – робить нас сильнішими». Цей анімаційний фільм про страх і боротьбу з ним, про ті, можливості, які відкриваються за межами страху. Скільки всього нового, незвіданого, чудового в світі, можна спробувати, якщо бути сильний духом перед загрозами.

Основний зміст стрічки: зграя представників бекасових полює за їжею біля берега, кидаючись на пісок, коли відходить хвиля. Одне маленьке пташеня зважується долучитися до зграї, але йому не вдається вчасно відступити, в результаті чого маля накриває хвилею. Подія ця настільки налякала пташеня і

воно вирішило не покидати більше рідне гніздо. Але помітивши поруч раків, які, шукаючи їжу, закопувалися в пісок, щоб захиститися від хвиль, пташечка спробувала копіювати їхню поведінку. Так воно відкрило для себе новий досвід і навчилося дуже ефективно добувати їжу. І не лише для себе – для всієї зграї.

Після перегляду фільму з учасниками групи проводилося обговорення побаченого матеріалу та пропонувалася вправа на постановку життєвих цілей. Після заняття ВПО відмічали, що змогли з іншого боку подивитися на власну життєву ситуацію, усвідомили що насправді для них є цінністю, які нові вміння та навички змогли вони в собі відкрити та розвинути завдяки складним життєвим обставинам, а також визначили сфери життя, де ці навички можуть успішно застосовуватися ще.

Н. І. Череповська,

к. психол. н., с.н.с.

лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти

Інституту соціальної та політичної психології

НАПН України, м. Київ

ПСИХОСОЦІАЛЬНА ПІДТРИМКА КОМБАТАНТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕДІАПСИХОЛОГІЧНИХ РЕСУРСІВ

Анотація: Дана робота описує психосоціальну підтримку комбатантів, які знаходяться на реабілітації. Автор пропонує застосовувати медіапсихологічні ресурси для оптимізації їхнього внутрішнього стану. Методика має два напрями: профілактика деструктивних інформаційних впливів медіа і психоедукація посттравматичних стресів/розладів у комбатантів.

Ключові слова: психосоціальна підтримка комбатантів, медіапсихологічні ресурси, профілактика впливів медіа, психоедукація.

Психосоціальна підтримка деяких груп суспільства і ветеранів війни зокрема, передбачає надання їм матеріальної, інформаційної, емоційної допомоги і є важливою складовою роботи психологів, соціальних працівників, волонтерів.

Одним з багатьох підходів забезпечення емоційного благополуччя ветеранів війни 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. В умовах гібридної, інформаційної війни медіапсихологічні ресурси (медіапристрої, медіаконтент, медіапсихологічні методики – технології розвитку інструментальних якостей особистості для оптимізації взаємодії людини з медіа простором, технології саморозвитку) можна застосовувати в різних практичних аспектах. В роботі з ветеранами війни, які знаходяться на реабілітації, медіапсихологічні ресурси можуть стати в нагоді: як профілактика потенційної медіатравми, викликаногої

деструктивними інформаційними впливами медіа, як поширення знань про психотравматичні розлади та способи усунення наслідків бойової психологічної травми.

Наш досвід показує, що психосоціальну підтримку краще проводити в невеличких групах від трьох до семи осіб. Саме така кількість учасників забезпечує продуктивне аналітичне опрацювання обраного медіаконтенту і оптимальну комунікацію серед них для обміну думок, висунення ідей.

Методика «Профілактика деструктивних впливів медіа».

Її суть полягає у запобіганні медіатравми, яка може викликати загострення проблеми ретравматизації ветеранів війни, тобто, спрацювати як тригер первинної, бойової травми. Також, профілактика таких деструктивних медіавпливів, як, наприклад, пропаганда, маніпулятивна інформація запобігає спричиненню руйнації цінностей, переконань, автономності, емоційно-когнітивної сфери особистості із вразливою психікою, що в цілому здатне спровокувати початок руйнації її ідентичності.

Метою групової роботи з комбатантами є оптимізація їхньої взаємодії з медіапростором через розвиток особистісної медіаграмотності.

Очікувані результати: набуття таких базових навичок і умінь медіаграмотності, як саморегуляція переглядів, рефлексія емоцій/почуттів щодо сприйнятого, його критичне опрацювання, аргументоване оцінювання, переосмислення інформації, надання їй власних смислів тощо.

Методика «Поширення знань про ПТСР і шляхи його подолання за допомогою художнього медіаконтенту».

Суть цього напрямку полягає у підвищенні рівня психологічної культури комбатантів та поліпшення їхнього психологічного стану за допомогою спеціальних прийомів.

Метою групової роботи є:

1) інформування комбатантів про поширеність посттравматичних стресів, розладів за допомогою художніх стрічок;

2) аналізування і переосмислення ними посттравматичних симптомів поведінці кіногероїв, як опосередковане опрацювання власної травми.

Очікувані результати: нові психологічні знання і стабілізація внутрішнього стану комбатантів на особистісному та груповому рівні.

Отже, оптимально використані медіапсихологічні ресурси здатні озброїти ветеранів інструментальними уміннями і навичками психологічного самозахисту в медіапросторі, а також забезпечити їм емоційний комфорт у подоланні особистих психологічних проблем завдяки творчому переосмисленню спеціального художнього медіаконтенту.

Перспективи нашого дослідження полягають у наступному:

1. виявити особливості медіапрактик комбатантів і, в тому числі, їхні медіауподобання, способи реагування на різний медіаконтент, рівень емоційно-когнітивного опрацювання сприйнятого та ін.;

2. розробити методику розвитку медіаінформаційної культури ветеранів, а також методику психологічного «повернення» ветеранів війни з «реальності війни» у «реальність життя» за допомогою «реальності медіа»;

3. оформити отримані результати у навчально-методичний посібник для психологів, соціальних працівників, волонтерів для групової роботи з комбатантами, які знаходяться на реабілітації.

В. І. Шебанова,

к. психол. н., доцент

Херсонський державний університет, м. Херсон

ВПЛИВ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО КОНТЕНТУ НА ЕМОЦІЙНУ СФЕРУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Анотація. У статті презентовано дослідження впливу телевізійного контенту на емоційну сферу студентської молоді, проаналізовано змінення емоційного стану в залежності від специфіки телепродукції.

Ключові слова: телевізійний контент, телевізійні дослідження, емоційна сфера, студентська молодь.

Дослідження впливу телевізійного контенту на емоційну сферу студентської молоді проводилося на вибірці студентської молоді Херсонського державного університету, які приймали участь у моніторингу телепродукції (у кількості 33 осіб). Особливість цього дослідження полягала тому, що учасники моніторингу дивилися не тільки ті передачі, які вони бажали б дивитися, а й ті, які вони змушені були дивитися відповідно до мети дослідження. Зазначимо, що участь у моніторингу було добровільною.

Кожному учаснику моніторингу ставилися ряд завдань, одним з яких було відслідковувати й описувати свої емоційні переживання під час перегляду телевізійного контенту. Під час обробки емоційних переживань учасників моніторингу, які вони відзначали при перегляді телевізійного контенту, були отримані наступні результати:

- **під час перегляду новин** переважним видом емоцій, який відчували всі учасники був інтерес (100%). Проте байдужність відзначили 55%. Пояснимо зазначені результати. Спочатку блоку новин всі учасники моніторингу виділяли інтерес до новин, але під час перегляду до середини або до кінця блоку новин починали відчувати байдужність. Залежно від сюжету новин учасники моніторингу відчували наступні емоції: роздратованість (66%), гнів (28%), тривогу (43%), почуття неповноцінності (20%), радість (16%), сором (5%). Частина учасників фіксували у своїх звітах стомлення й нудьгу, пояснювали вони це багаторазовим повтором інформації;

- **під час перегляду соціально-політичних програм** переважною емоцією в учасників моніторингу був інтерес (82%). 65% зазначали, що

відчували роздратованість, 56% – тривогу й страх, 36% – байдужність, 25% іронію, 18% – жалість, 12% – смуток, зневіру й тугу, 10% – сором.

• **під час перегляду спеціальних програмах** (передач щодо кримінальну тематику) найбільш вираженою емоцією в учасників моніторингу був інтерес (76%). 54% – випробовували роздратованість, 27% – тривогу й страх, 30% – байдужність, 34% – жалість.

Відзначимо, що такі категорії передач як **пізнавальні й музичні** викликали в учасників тільки позитивні емоції. Так, розподіл виразності емоцій при перегляді **пізнавальних передач** був наступним: 100% відчували інтерес, 98% – подив, 67% – ентузіазм, 57% – радість і 34% – захоплення.

Під час перегляду **музичних передач** учасники зафіксували два види емоцій інтерес – 100% та радість – 98%.

Аналіз емоційних переживань, які відчували учасники моніторингу під час перегляду **розважальних програмах** привертає увага варіативним спектром. Зокрема, 100% відчували інтерес і радість. 68% фіксували, що відчували подив, 52% – ентузіазм. Водночас означена категорія телепередач викликала й такі емоції як заздрість – 52%, стомлення й нудьгу – 30%, злість і роздратованість – 20%, почуття неповноцінності – 9%. Вважаємо, що такий варіативний спектр емоцій зумовлений саме різноплановим контентом різних розважальних телепрограм. Зокрема, позитивні емоції, такі як подив, радість, щастя, інтерес в учасників моніторингу викликали такі передачі як: «Я зняв!», «Дизель-шоу», «Вечірній квартал», «Розсміши коміка» і т.п. Передачі, що викликали означені вище негативні емоції у студентської молоді: «Світське життя», «Зірковий шлях», «Зоряні драми», «Чотири весілля», «Битва екстрасенсів» і т.п.

Перегляд **спортивних програм** викликав інтерес в 100% учасників моніторингу, 78% – відзначали радість, 56% – гордість, 48% – ентузіазм. При цьому 22% відзначали нудьгу, позначаючи, що інтерес пропадав під час трансляції передачі, від одноманітності подій, що відбуваються.

Перегляд категорії **телесеріали** викликав також різноманітні емоції, залежно від жанрової специфіки. Тому, ми визнали за необхідне проаналізувати телесеріали за жанрами, які виокремили учасники моніторингу.

У категорії **«детективи та бойовики»** ми одержали наступний розподіл емоцій учасників: 100% відчували інтерес, 98% – напругу, 79% – роздратованість, 76% – смуток і тугу, 40% – тривогу, 22% – втому, 20% – нудьгу й 12% – іронію.

Мелодрами викликали інтерес у 97% учасників моніторингу, у 55% – радість, у 30% – байдужність, у 40% – смуток, у 38% – тривогу й напругу й у 20% – стомлення. Відмітимо, що привертає увагу той факт, що незважаючи на відмінність між жанрами, частота зустрічальності тривоги й втоми приблизно однакова (як при перегляді детективів і бойовиків, так і при перегляді мелодрам).

Комедійні телесеріали викликали в учасників тільки позитивні емоції. Кількісний розподіл був наступний: інтерес відчували – 100%, радість – 97%, подив – 73%.

Під час перегляду **художніх фільмів** наші учасники відчували: інтерес – 100%, радість – 56%, тривогу й напругу – 35%, смуток – 30%, подив – 20% і стомлення – 15%. Звертає увагу, що фіксація тривоги й втоми, яку відчували учасники моніторингу при перегляді телесеріалів (категорії «детективи і бойовики», «мелодрами») і художніх фільмів статистично нерозрізнені.

Однак відзначимо, що на відміну від детективів і бойовиків, мелодрами і художні фільми викликали у учасників перегляду радість (55% і 56% відповідно).

Дитячі передачі викликали в учасників інтерес (100%) і радість (98%). Превалюючими видами емоцій, які відзначали учасники моніторингу при перегляді **реклами**, були невдоволення й роздратованість. Відзначимо, що негативні емоції викликаються не стільки змістом рекламних роликів, скільки тим, що реклама перериває сюжет фільму або передачі. При перегляді безпосереднього змісту реклами учасники моніторингу відчували нудьгу (86%), байдужність (52%), інтерес (11%). До основних видів реклами, яка викликала інтерес учасники вони відносили соціальну рекламу й нову рекламу, яку вони ще не бачили.

*Н. С. Шишко,
аспірантка,*

*Інститут соціальної та політичної психології
НАПН України, м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-ПРАКТИК НА ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Анотація. Представлено результати емпіричного дослідження впливу соціальних інтернет-практик на рівень психологічне благополуччя старшокласників. Встановлено, що подібний вплив є неоднорідним і залежить від конкретного змісту діяльності учнів в мережі. Запропоновані вектори корекції психологічного благополуччя старшокласників шляхом внесення змін у їхні інтернет-практики.

Ключові слова: психологічне благополуччя, соціальні інтернет-практики, старшокласники.

Використання новітніх інформаційних технологій значно розширює можливості людини у професійній сфері, спілкуванні, організації дозвілля. З іншого боку, віртуальні практики – відносно новий феномен соціальної реальності, тому постає потреба у його визначенні, класифікації, з'ясуванні особливостей впливу різноманітних соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя людини. Особливо важливим є отримання відповідних даних щодо старшокласників, які є однією з найбільш активних груп інтернет-користувачів.

Тож, **метою** нашої роботи є визначення особливостей впливу різноманітних соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників.

Концепт «соціальні інтернет-практики» ми розглядаємо як «сукупність рутинних дій та звичних способів поведінки, пов'язаних з використанням мережі для вирішення проблем або підвищення ефективності діяльності в різноманітних сферах життя, а також для задоволення різноманітних потреб [1].

Психологічне благополуччя ми визначаємо як інтегративний показник міри спрямованості людини на реалізацію потреби у благополуччі, що може суб'єктивно виражатися у відчутті щастя, задоволеністю собою та власним життям.

Вибірку дослідження, результати якого частково представлені в даній публікації, а також відображені у ряді наших статей [2, 3], склали учні 9-11 класів загальноосвітніх шкіл 7 областей України. В опитуванні прийняли участь 1144 респондента: 458 юнаків и 686 дівчат віком від 14 до 17 років (середній вік – 15.56, медіана - 16).

Учасникам опитування необхідно було визначити власну частоту користування 15 різноманітними соціальними інтернет-практиками. Рівень психологічного благополуччя респондентів визначався на основі заповненої ними скороченої адаптованої версії опитувальника психологічного благополуччя К. Ріфф.

Для перевірки гіпотези щодо наявності впливу користування інтернет-практиками на психологічне благополуччя старшокласників був застосований метод дисперсійного аналізу, а саме - однофакторний ANOVA.

На основі аналізу отриманих даних було встановлено:

- Найпопулярнішими серед старшокласників є типи практик, які можна класифікувати за змістом діяльності як комунікативні (користування соціальними мережами – 80,33%) та споживацькі (пошук інформації для навчання – 76,77%, пошук інформації на теми, що цікавить – 74,39%, пошук та перегляд аудіо- та відеоінформації – 56,56%). Наведені показники позначають відсоткову кількість постійних користувачів практик відповідно до загальної кількості респондентів.

- Статистично підтвердженим є існування прямої залежності між частотою користування такими інтернет-практиками як «пошук цікавої інформації в мережі» ($F=12.981$ $p \leq 0,000$) та «користування соціальними мережами» ($F=10.048$ $p \leq 0,000$) і рівнем психологічного благополуччя старшокласників. У відповідності до отриманих даних, збільшення частоти користування цими практиками призводить до прямо пропорційного зростання показників психологічного благополуччя.

- Частота користування такими практиками, як «комп'ютерні ігри» ($F=15.543$ $p \leq 0,000$) та «безцільне блукання мережею» ($F=19.913$ $p \leq 0,000$) має зворотній вплив на показники рівня психологічного благополуччя.

Інтенсифікація користування цими типами практик спричиняє зменшення загального рівня психологічного благополуччя старшокласників.

Тож, можемо констатувати неоднорідність впливу соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників. Отримані дані можуть мати рекомендаційний характер щодо попередження деструктивного впливу мережі на осіб старшого шкільного віку і стати основою формулювання певних векторів корегування їх рівня психологічного благополуччя (напр., заохочення використання мережі для розширення власної сфери інтересів, навчання більш чіткому попередньому визначенню мети користування інтернетом тощо). Результати дослідження також окреслюють напрями подальших наукових пошуків (наприклад, більш деталізований розгляд впливу різних типів комп'ютерних ігор на показники психологічного благополуччя старшокласників).

Література:

1. Радкевич А. Л. Социальные интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. психол. наук / А. Л. Радкевич. – М., 2009. – 30 с.

2. Шишко Н. С. Цілі користування Інтернетом старшокласників з різним рівнем психологічного благополуччя /Н.С. Шишко// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки.– 2015.– № 5. – С. 144-150.

3. Шишко Н. С. Темпоральні та організаційні особливості соціальних інтернет-практик старшокласників з різним рівнем психологічного благополуччя /Н.С. Шишко// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки. – 2016. – № 3. – С.136-141.

В. В. Шусть,

к. педагог. н., доцент, докторант

Інституту соціальної і політичної психології

НАПН України, м. Київ

ПОЛІТИЧНА МІФОТВОРЧІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОСТОРУ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ

Анотація. Процеси інформатизації українського суспільства призвели до значного зростання можливостей впливу соціально-політичних міфів на суспільну свідомість і політичні цінності. Сучасні засоби комунікації та мультимедійні технології українського медіапростору здійснюють функцію політичної соціалізації молоді, продукуючи численні міфологеми.

Ключові слова: медіапростір, соціальна міфотворчість, політичні цінності, аксіопсихологія.

Якісна зміна медіапростору сучасного українського суспільства зумовила трансформацію традиційних, історично сформованих механізмів трансляції соціального досвіду спільноти. Активну роль в цьому процесі відіграють медіа, які встановлюють нові комунікації між людьми, адаптують їх до сучасних умов існування, безпосередньо впливають на формування політичних цінностей людини і мотивацію їх політичної поведінки. Саме ці процеси, що розгортаються в сучасному українському суспільстві на тлі його системної трансформації, що має яскраво виражений кризовий характер, зумовили тенденцію реміфологізації сучасного українського соціуму.

Сучасні українські ЗМІ продукують модернізовані міфи, відгукуючись чи не на кожен значиму подію. Як зазначає Ю.Ж. Шайгородський, «міф стає засобом соціальних технологій: керування, маніпуляції, впливу в різних сферах, від політики до реклами. Міфи будуються з розрахунком не на індивідуальність, а на масову свідомість, на натовп. Технологія політичного міфу припускає, що він повинен відбивати не дійсність, а специфіку психологічних очікувань натовпу. Таким чином, стихійна міфотворчість замінюється свідомим конструюванням міфів; вона не пояснює реальність, а будує нову ілюзію»[5].

Особливо значний вплив соціальна міфотворчість чинить на модернізаційні процеси в українському суспільстві в контексті його «європейського» вектору розвитку. Сучасні українські масмедіа давно втратили роль каналу трансляції актуальних новин, натомість набули статусу генератора соціально-політичних міфів. Як слушно зазначає О.А. Баландіна, «мас-медіа реалізують функції соціально-політичної орієнтації, ідентифікації та соціалізації за допомогою створення і трансляції в медіапросторі образів і моделей різних соціальних явищ і процесів, які в своїй сукупності формують у суспільній свідомості медіаобраз соціальної реальності» [2]. Для молоді, яка значною мірою орієнтована на електронні ЗМІ, формована ними віртуальна соціальна реальність часто підмінює реалії життя, в тому числі і життя політичного. Так, В. П. Андрущенко означає напрямки і теми міфотворчості, «соціальної демагогії», що призводять до втрати індивідами інтелектуальної рефлексії: «націонал-шовінізм, істеричний «патріотизм», соціальна демагогія, квазірелігійні та паранаукові вчення, кумироманія ... «вороги народу», «наші – не наші», «світовий зговір», «пошук інопланетян» і тому подібні фантастичні пояснення, що їх «підсовує» міфологія, не підлягають раціоналізації, перевірці на істину» [1]. При цьому, як правило, у свідомості молоді людини залишається невідрефлексованою та обставина, що формований медіаобраз соціально-політичної дійсності в значній мірі є міфологізованим конструктом.

Засоби масової інформації в українських реаліях фактично перетворились на засоби масової агітації та пропаганди. Пряма фінансова залежність від політичних сил (відомо, що навіть телевізійний канал «Інтер» не є самоокупним) формує в українському медійному просторі медіаобрази сучасних політичних сил, соціально цінних у боротьбі зі «злочинною» конкуруючою політичною силою. Таким чином відбувається творення віртуального конструкту, поєднання

раціонального і афективно-емоційного недійного дискурсу. Як зазначає В.О. Васютинський, «інформаційна війна стала фактом нашого життя. Мільйони людей відчувають її вплив – щонайменше дискомфортний, а часто-густо й деструктивний». Вчений вказує на необхідність «протистояти негативним явищам – брехні, фейковим і провокаційним повідомленням, шаленому емоційному тискові» [4].

Медіаобрази сучасних українських політичних сил конструюються і транслуються засобами масової комунікації та умовно діляться на два типи: образи, що апелюють до когнітивно-раціональної сфери молодшої людини і образи, що апелюють до афективно – емоційної сфери. Варто зазначити, що в кінцевому підсумку власне політична цінність формується у когнітивно-раціональній сфері особистості. Афективно – емоційна сфера, на нашу думку, може слугувати політичним установкам молодшої людини, тобто формувати безпосередню політичну дію, часто не базовану на когнітивно-раціональних конструктах. Як зазначає С. Буртак, «Людина, що безперервно одержує сигнали із зовнішнього середовища, свідомо сприймає та обробляє тільки 1/1000 обсягу інформації. Решта або зберігається у підсвідомості, або знищується як непотрібна. Якщо свідомість – рівень раціонального мислення, коли людина розуміє, що відбувається, і може пояснити явища, то підсвідомість – глибший рівень, на якому людина приблизно знає, що відбувається, або принаймні розуміє, що щось таки відбувається з її почуттями, відчуттями та установками, проте не може пояснити, що саме» [3].

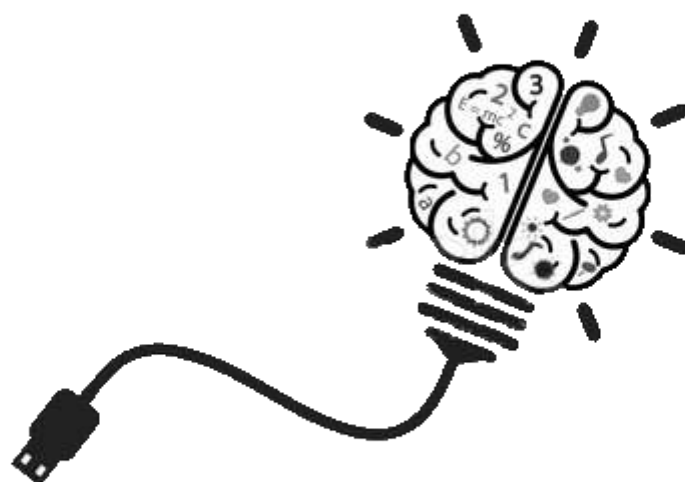
Підсумовуючи, зазначимо, що вказані тенденції свідчать про перманентну політичну кризу в Україні, загалом ослаблюють виконання основних функцій держави. Активне залучення медіа до руйнування старої системи ціннісно-нормативної регуляції політичної поведінки населення сприяє зростанню деструктивних антиконституційних дій на шкоду української державності.

Література:

1. Андрущенко В.П. Організоване суспільство. Проблема організації та суспільної самоорганізації в період радикальних трансформацій в Україні на рубежі століть. Досвід соціально-філософського аналізу / В.П. Андрущенко // К.: ТОВ «Атлант ЮемСі», 2005 – 498 с.
2. Баландина Е.А. Социальное мифотворчество в качестве средства манипуляции сознанием (философский подход) : дис. . канд. филос. наук : 09.00.11. – Барнаул, – 2006 – 186 с.
3. Буртак С. Політична реклама як маніпулювання громадською думкою / С. Буртак // Режим доступу: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/ji-junior/N30-1/burtak.htm>
4. Васютинський В.О. Як не стати жертвою інформаційної війни/ В. О. Васютинський // Режим доступу: <http://tsn.ua/blogi/themes/psihology/yak-ne-stati-zhertvoyu-informaciyanoi-viyni-412737.html>

5. Шайгородський Ю.Ж. Міфотворчість в Україні як соціальна технологія / Ю.Ж. Шайгородський // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. — К., 2008. — Вип. 13. — С. 27-43.

2018



ЗМІСТ – 2018

- Анищенко О. О.**, ст. викладач кафедри психології, тілесно-орієнтований практик Чернігівський ОШПО імені К. Д. Ушинського, м. Чернігів
«Особливості надання психологічної допомоги педагогам при медіатравмі методами тілесно-орієнтованої терапії» 66
- Вознесенська О. Л.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник Інституту соціальної та політичної психології НАПН України член ради правління громадської спілки «Національна психологічна асоціація», президент Всеукраїнської громадської організації «Арт-терапевтична асоціація», м. Київ
«Медіаторчість як засіб розвитку соціального оптимізму в умовах медіатравматизації»..... 68
- Дідик Н. Ф.**, науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Соціально-психологічні передумови використання медіапсихологічних засобів в груповій роботі з дружинами комбатантів»..... 71
- Доброносова Ю. Д.**, кандидат філософських наук, доцент Національний транспортний університет, м. Київ
«Постмедіатравматичне зростання і медіакреативність у просторі культури медіарозмаїття» 75
- Доценко Т. А.**, СЗШ № 184, м. Київ
«Медіаторчість в реаліях. історія, мотиви та результати впливу медіаторчості»..... 78
- Клименко І.В.**, кандидат психологічних наук, доцент, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, м. Київ, **Ідоєтова Д.Ж.**, магістр психології Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, м. Київ
«Психологічні чинники схильності до вибору негативно забарвлених новин» 82
- Клюшанова О. І.**, психолог, спеціаліст з раннього розвитку, член ВГО «Арт-терапевтична асоціація»
«Використання медіа-арт-терапії у роботі з дітьми молодшого шкільного віку» 85
- Молчанова О. М.**, кандидат психологічних наук, КЗ «КОШПО імені Василя Сухомлинського», м. Кропивницький
«Інтернет-семінар як технологія медіаосвіти педагогічних працівників».. 88

- Плетка О.Т.**, молодший науковий співробітник лабораторії психології малих груп та між групових відносин ІСПП НАПН України, м. Київ
«Особливості взаємодії в жіночій групі вимушено переселених осіб: вплив медіа продукту на процес відновлення» 91
- Чаплінська Ю. С.**, кандидат психол. наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти ІСПП НАПН України, м. Київ
«Особливості фільманалізу у груповій роботі» 94
- Череповська Н. І.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Медіаторчість комбатантів: творче медіасприймання художнього воєнного контенту та створення власного медіаконтенту»..... 97
- Шебанова В. І.**, доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри практичної психології Херсонський державний університет, м. Херсон
«Кінотерапія як медіапсихологічний ресурс зцілення особистості»101
- Шишко Н. С.**, аспірантка Інститут соціальної та політичної психології ІСПП НАПН України, м. Київ
«Змістова і ситуативна саморегуляція соціальних інтернет-практик старшокласників: аспект впливу на психологічне благополуччя» 104
- Шиян О. В.**, аспірантка лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти, ІСПП НАПН України, м. Київ
«Психологічні особливості діяльності журналістів в умовах інформаційної війни»..... 107
- Borovyńska I.**, Ph.D. student Institute for Social and Political Psychology, Kyiv
«Success stories of idps as a resource of adaptation and inspiration for other community members»..... 109

О. О. Анищенко,
*ст. викладач кафедри психології,
тілесно-орієнтований практик
Чернігівський ОІППО
імені К.Д.Ушинського, м. Чернігів*

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ ПЕДАГОГАМ ПРИ МЕДІАТРАВМІ МЕТОДАМИ ТІЛЕСНО- ОРІЄНТОВАНОЇ ТЕРАПІЇ

Анотація. Висвітлено авторська класифікація ознак медіатравми педагогів України. Описані найбільш ефективні методи роботи психолога при медіатравмі педагога в контексті тілесно-орієнтованої терапії.

Ключові слова: медіапсихологія, тілесно-орієнтована терапія, медіатравма, педагоги.

Професійна діяльність педагога є однією з найбільш стресогенних професій сучасності. Характер негативного впливу професійної діяльності педагогів на рівень їх психофізіологічного здоров'я відбивається в документах Всесвітньої організації охорони здоров'я, за даними якої коефіцієнт стресогенності педагогічної діяльності становить 7,2 бали (при максимальному коефіцієнті – 10 балів).

Згідно досліджень Національного інституту безпеки та гігієни праці США вчитель старших класів посідає перше місце у переліку найбільш стресових професій [1].

Педагогічне середовище державних закладів загальної середньої освіти в Україні є достатньо консервативним, в багатьох школах вчителям забороняється носити джинси, яскравий одяг, будь-які вчинки педагога розглядаються під пильним оком адміністрації. Перебування в ситуації постійної напруги, підвищеної емоційності, відповідальності, рольової невизначеності, складності професійної діяльності, виникнення нестандартних ситуацій, що вимагають оперативних і точних дій, при відносно не високій заробітній платні, може створити передумови для зниження ресурсів стресостійкості педагогів. З урахуванням ситуації пролонгованої соціально-політичної та економічної кризи, гібридної війни, інформаційних впливів, бойових дій, анексії частини території, що призводить до тривалих емоційних переживань, педагоги як споживачі медіа контенту є категорією підвищеної вразливості у контексті ризику медіатравматизації.

Згідно досліджень О.Л. Вознесенської, в контексті імпліцитної теорії травматизації, сучасні українські педагоги можуть одночасно бути реципієнтами декількох видів медіатравм, а саме:

1. травма, пов'язана з пасивним сприйняттям, яка має два підвиди – травма «Я-очевидець» (сприймання реальних подій через медіа-пристрої: війни,

смерті, стихійного лиха, техногенних катастроф), вплив на психіку та стан людини аудіовізуальних медіа продуктів;

2. порушення соціальних контактів (кібербулінг, тролінг);

3. травма, пов'язана з поширенням особистої інформації без згоди особистості – «медіапорушення» особистісних меж [2].

Специфічними ознаками медіатравми педагогів можна виділити:

- задіяність медіа як джерела чи засобу травматизації;
- охопленість сильними емоційними переживаннями
- вплив на психологічне та соматичне здоров'я;
- бажання приховати факти медіатравми, тому що це може вплинути на

імідж та самооцінку;

2. побоювання втрати авторитету в очах учнів та батьків;

3. непорозуміння з адміністрацією закладу освіти, і як результат – можливе зниження ставки, що позначається на фінансовому благополуччі.

4. випадку зниженої медіаактивності педагога (небажання відстоювати особистісні межі, захищати особистий простір, як у реальному житті – звернення до суду, так і в медіа-просторі через звернення до джерел поширення інформації, «бан» порушників, поширення власного медіа-контенту на свій захист) очікувана подальша ескалація насильства в медіа-середовищі зі збереженням латентного характеру переслідування.

Провокуючи втрату базової довіри до людей та світу, порушення стабільності «Я», як будь-який вид насилля (фізичного, психологічного, емоційного) призводить до втрати контакту з тілом, «що психологічно дорівнює втраті контакту з собою» [3, С.3].

Техніки *ТОТ* відкривають доступ до психосоматичного підсвідомого, що дозволяє виділити м'язовий панцир, відреагувати подавлені емоції, спричинені медіатравмуючими впливами, опрацювати та контейнувати подавлену агресію, розслабити і тим самим вплинути на психологічний стан педагога. Вбачаю, що терапевтична взаємодія роботи при медіа-травмі педагогів може бути спрямована на встановлення соматичного резонансу, пошук опор та ресурсів, відпрацювання заземлення у випадках гіперзбудливості, пошук тілесних метафор емоцій, релаксаційне дихання, зменшення чутливості у больових тригерних точках. Найважливіше, в цьому процесі – відновлення та опрацьовування адекватних особистих кордонів як у реальному так і в віртуальному житті, робота з особистісним простором педагога, оволодіння навичками контейнування психотравмуючого матеріалу.

Тілесно-орієнтована терапія – є дієвим методом роботи з різними видами медіа-травм, що оминає надконтроль свідомості та працює напряду з підсвідомим та може бути використаним у питаннях, що стосуються шляхів збереження і зміцнення фізичного та психічного здоров'я педагогів, освітнього середовища, стратегій здоров'язбереження, формування стійкості до стрес-факторів у медіа середовищі.

Література:

1. Вознесенська О.Л. Імплицитна типологія медіатравм в контексті медіаактивності особистості. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти» 20-21 червня 2017.
2. Малкіна-Пых И. Телесная терапия. Справочник психолога / И. Малкіна-Пых. – М.: Речь. – 224 с.
3. I.S. Levine. Mind Matters: Stress, an Uninvited Lab Visitor. – [Електронне джерело] – Режим доступу: <http://www.sciencemag.org/careers/2009/01/mind-matters-stress-uninvited-lab-visitor>

О. Л. Вознесенська,

к. психол. н., с. н. с.

*Інституту соціальної та політичної психології НАПН України
член ради правління громадської спілки «Національна психологічна асоціація»,
президент Всеукраїнської громадської організації
«Арт-терапевтична асоціація», м. Київ*

МЕДІАТВОРЧІСТЬ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ОПТИМІЗМУ В УМОВАХ МЕДІАТРАВМАТИЗАЦІЇ

Анотація. Соціальний оптимізм визначається як засіб протидії деструктивним медіа-впливам. Соціальний оптимізм в авторській моделі є складовою стійкості особистості як чинника підданості медіатравматизації. Іншим чинником є саморегуляція, що визначається через медіа-активність та толерантність до невизначеності. Емпірично доведено зв'язок соціального оптимізму з Локус-контролю та саморегуляцією особистості. Медіаторчість як найвищий рівень медіа-активності сприяє формуванню соціального оптимізму в молоді.

Ключові слова: соціальний оптимізм, медіаторчість, медіа-активність, медіатравматизація, Локус-контролю, толерантність до невизначеності.

Різноманітні медіа є важливою частиною нашого життя: ми спілкуємося за допомогою інтернету, телебачення стає основним сімейним дозвіллям, планшети і смартфони замінюють нам особисте спілкування, сімейний архів та розваги. Але медіапростір містить і певні небезпеки. Ми хочемо звернути увагу на постійний потік негативної інформації, яку молоде покоління отримує з медіа – нескінченну «зраду», що є основою побудови інформаційних повідомлень й на телебаченні і в інтернеті. Поширення новітніх соціальних медіа призводить до лавиноподібного розповсюдження будь-якої інформації, яка відбивається на духовно-моральному стані суспільства в цілому, спричиняє медіатравматизацію. І як цьому може запобігти медіаторчість? Чому формування медіаграмотності

сприяє укріпленню соціального оптимізму і чому соціальний оптимізм зараз такий важливий? Спробуємо розібратися.

Соціальний оптимізм є соціально-психологічним підґрунтям для суспільних трансформацій. Розуміння основних механізмів соціальних процесів – соціальної адаптації, соціалізації, соціального діалогу тощо – спираються на визначення соціального оптимізму. Ми розглядаємо *соціальний оптимізм* як позитивні очікування людини, групи, суспільства, які поширюються на суспільне життя (віра в прогрес, розвиток суспільства), і які підкріплені активною громадською позицією, готовністю діяти на благо суспільства, та усвідомленням себе як суспільно значущої сили. На противагу індивідуалістичній парадигмі ми фокусуємося на оптимістичному потенціалі групи та соціальних факторах. Серед останніх в епоху інформаційної війни важливу роль грають *медіапсихологічні*, які не лише впливають на розвиток соціального оптимізму, а й можуть стати основою для профілактики та подолання наслідків медіатравматизації.

Теоретична розвідка дозволила нам розглядати власну *активність людини* як індикатор оптимізму. В умовах інформаційного суспільства активність людини проявляється не лише в реальних діях, а й в медіа-активності.

Медіа-активність визначається нами як показник медіакомпетентності особистості і, зокрема, фактор її становлення, та описується через наступні критерії: контактний, комунікативний, когнітивний, творчий [1].

Контроль ситуації – ще один фактор, який впливає на формування соціального оптимізму. Тому Локус-контролю також індикатором соціального оптимізму, внутрішній – як віра у власні можливості впливати не тільки на власне майбутнє, а й на майбутнє суспільства. Оптимізм має внутрішні емоційні та мотиваційні складові, тому здатність до *емоційної саморегуляції* буде позначати рівень оптимізму. На наш погляд, толерантність до невизначеності є визначальною характеристикою здатності до саморегуляції.

Ці характеристики особистості – локус-контролю, емоційна саморегуляція, толерантність до невизначеності – є мішенями інформаційних впливів: через вплив на емоційну сферу і, як наслідок, суспільні настрої, формування ціннісної сфери, світогляду, які визначають громадську активність людини і її очікування щодо майбутнього.

Проведене пілотажне емпіричне дослідження довело зв'язок соціального оптимізму з інтернальним локус-контролю особистості і толерантністю до невизначеності. Дослідження проводилося у формі очного та дистанційного опитування через мережу інтернет за допомогою спеціальної онлайн-форми. Опитувальник містив розроблений авторський тест медіатизованого соціального оптимізму, опитувальник толерантності до невизначеності (Т.В. Корнілова), тест на локус контролю. Загальна вибірка дослідження складалася з 104 осіб. Математична обробка проводилася за допомогою кореляційного аналізу в комп'ютерній програмі SPSS (коефіцієнт кореляції Пірсона).

В умовах інформаційної війни формування соціального оптимізму визначається рівнем медіакультури суспільства, ступень якої залежить від поширення медіаторчості. Факторами формування соціального оптимізму як засобу протидії медіа-впливам є високий рівень медіа-активності особистості – медіаторчість, вибірковість уваги та критичне ставлення до негативної інформації, отриманої з медіа. Наведене дослідження довело і зв'язок соціального оптимізму з рівнем медіакультури особистості, а саме з когнітивною складовою медіа-активності ($r=0,381$, значимість на рівні 0.01, двобічна).

Нами визначено, що найвищий рівень медіа-активності є *творчий* [1]. **Висока активність** передбачає творчу діяльність: основою взаємодії з медіа є **медіаторчість** та розповсюдження творчих продуктів за допомогою новітніх систем комунікації. У контексті нашого дослідження ми використовуємо психологічне визначення творчості як процесу, в якому результат чи спосіб його отримання є новими для людини, яка його здійснює (безвідносно суспільної значущості способу та результату [4]). Через творчість – в тому числі, і медіаторчість – можливе відновлення власних ресурсів, розвиток упевненості, налагодження контактів із іншими, подолання психічних травм. Творчість сприяє особистісному зростанню людини, розкриває перспективи та допомагає усвідомити власні переживання. Будь-яка творчість вивільняє велику кількість позитивної енергії, і будь-яка творчість цілюща.

Отже, ефективною стратегією **профілактики психоемоційних порушень та медіа-травм** й зміцнення медіаімунітету молоді є творче сприймання медіа і самовираження через медіаторчість. Розвиток здатностей до **медіаторчості** є ефективним засобом розвитку творчої, самодостатньої та критично мислячої особистості в умовах швидкого зростання обсягів інформації. Саме це дозволяє людині встановити «здорові стосунки» з медіареальністю.

Під час медіаторчості розвиваються такі навички людини: художні; комунікативні (в тому числі навички он-лайн спілкування); медіа-вміння (монтажу, озвучування тощо); технічні. Медіаторчість передбачає перехід зі споживацького рівня взаємодії сім'ї з медіа на рівень створення медіаконтенту. Медіаторчість стимулює механізми творчої адаптації, передбачає активну взаємодію, діалог, співтворчість, формує творче ставлення до життя, активну життєву позицію.

Медіаторчість є не лише творенням нових медіазасобів та різноформатних медіатекстів, певних творчих продуктів, а й формуванням творчого стилю мислення, бачення, як творчого ставлення до світу, світогляду. У визначенні Н.І. Череповської медіаторчість тісно пов'язана з медіаобдарованістю: творчість становить практичну реалізацію актуалізованої обдарованості в галузі медіа. Обидва поняття співвідносяться з різними аспектами діяльності особистості у сфері медіа: і у процесі споживання медіапродукції як її переосмислення й створення власних інших/нових образно-сміслових структур, і у процесі предметного створення медіатекстів у різній формі: вербальній, образній, образно-вербальній, аудіо-візуальній тощо [3]. Крім

цього, людина, що свідомо та активно включається в медіа-спілкування та медіаторчість починає контролювати свою психологічну безпеку, може захистити себе сама.

Розвиток медіакомпетентності в процесі медіаторчості приводить до підвищення самооцінки, налагодження спілкування [2; 3]. Низька самооцінка, емоційно несприятливе ставлення до себе ускладнюють сприйняття зворотного зв'язку, включають дію психологічних захисних механізмів. Позитивна самооцінка знижує рівень психологічної загрози, зменшує опір, робить людини більш відкритим новій інформації і новому досвіду, і – в той же час – більш критично налаштованим до інформаційних впливів.

Інше опитування, в якому взяли участь більше 2000 старшокласників з усіх регіонів України показало зв'язок соціального оптимізму з певними шкалами медіаторчості – «Створення власного контенту» і «Розповсюдження власного медіа-контенту».

Отже, медіаторчість сприяє формуванню соціального оптимізму в молоді, що є важливим для побудови громадянського суспільства. І саме тому медіаторчість є засобом подолання наслідків медіатравматизації в умовах інформаційної війни.

Література:

1. *Вознесенська О.Л.* Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента / Олена Леонідівна Вознесенська; II Міжнародна науково-практична конференція «Гене́за буття особистості» (19-20 грудня 2011 року). – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2011. – Том II. – 408 с. – С. 18-25.

2. *Вознесенська О., Сидоркіна М.* Медіаторчість як складова сімейної медіаосвіти: використання ресурсів арт-терапії / Олена Вознесенська, Марина Сидоркіна // Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті XXI століття: проблеми, досягнення і перспективи». – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://conf-hano.at.ua/load/statti/voznenska_o_sidorkina_m_mediatorchist_jak_skladova_simejnoji_mediaosviti_vikoristannja_resursiv_art_terapiji/3-1-0-234;

3. *Череповська Н.І.* Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відеосприймання / Н.І. Череповська // Збірник наукових праць Інституту психології АПН України «Актуальні проблеми психології» у 12 томах ; [за ред. В.О. Моляко]. – Т.12. – Вип. 8. – Житомир: Видавництво ЖДУ ім. В. Франка, 2009. – С. 318-325

4. Енциклопедичний словник з арт-терапії / О.Л. Вознесенська, О.М. Скнар, О.А. Бреусенко-Кузнєцов, О.О. Деркач, Мова Л.В. та ін.; [за заг. наук. ред. О.Л. Вознесенської, О.М. Скнар]. – К.: Золоті ворота, 2017. – 312 с.

Н. Ф. Дідик,

н.с. лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти

Інститут соціальної та політичної психології

НАПН України, м. Київ

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАПСИХОЛОГІЧНИХ ЗАСОБІВ В ГРУПОВІЙ РОБОТІ З ДРУЖИНАМИ КОМБАТАНТІВ

Анотація. В роботі представлено соціально-психологічні передумови використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі. Аналіз передумов здійснювався на прикладі психологічної роботи з комбатантами та членами родин комбатантів. Виявлено, що основними передумовами ефективної групової роботи є гомогенність, синхронізація та стабілізація групи. При врахуванні зазначених передумов формується довіра до групи та до психолога, що дає змогу в подальшому використовувати медіапсихологічні засоби в психологічній роботі.

Ключові слова: медіапсихологічні засоби, комбатанти, дружини комбатантів, травма

Вплив медіа на особистість є беззаперечним фактом. Про це говорять дослідження, як зарубіжних, так і вітчизняних фахівців [2]. В умовах воєнних дій на Сході та інформаційної війни питання впливу медіа на громадян України набуває ще більшої ваги. Окремої уваги потребує вивчення впливу медіаконтенту, який стосується війни, на комбатантів та членів їх родин, адже для цієї категорії громадян медіа здатні загострювати емоційні рани, спричинені війною та повертати біль. Про це розказують і бійці, і члени їх родин.

Разом з тим, розвиваючи уміння обробляти інформацію та саморегулювати взаємодію з медіа, медіа може позитивно впливати на емоційні стани особистості. Як зазначає Череповська Н.І. [3], реалізація профілактики деструктивних інформаційних впливів медіа на особистість здійснюється за допомогою медіапсихологічних засобів. *Засоби медіапсихології* умовно розподіляються на дві основні групи: 1) інструмент для розв'язання психологічних проблем; 2) інструмент для взаємодії з медіа.

Медіа за своєю суттю мають могутній вплив на образну, емоційну сферу людини, і становлять переважно візуальну продукцію: фотографії, картинки, слайдшоу, відео, анімацію, документальні, художні фільми, рекламні, музичні ролики тощо [3;10]

Медіапсихологічні засоби, у поєднанні з іншими психотерапевтичними методиками, можуть бути ефективним інструментом для розвитку психоемоційної культури та подолання наслідків психічної травми (наприклад методика медіа клуб у поєднанні з методами арт-терапії) [1].

Ми проаналізували, якими мають бути передумови, щоб групова робота з використанням медіапсихологічних засобів відбулась ефективно.

Вивчення соціально-психологічних передумов використання медіапсихологічних засобів відбувалося під час групової роботи з комбатантами

та членами їх родин у Херсонській області в рамках діяльності ГО «Жіноча сила України». У дослідженні взяло участь 37 осіб.

За попереднім спостереженням виявлено наступні соціально-психологічні передумови:

1. Гомогенність (схожість) групи;

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 мають втрати кінцівок, рідні комбатантів, які мають досвід перебування в полоні тощо). Ця умова допоможе створити первинну довіру у групі, і дасть змогу кожному з учасників відчувати, що він серед таких як він сам, тому його тут можуть зрозуміти.

2. Синхронізація групи;

Синхронізація групи починається з перебування всіх учасників групи у колі. Далі 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 цієї частини може одразу відбуватися обговорення та 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.

3. 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. 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) тощо). 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.

4. Поступове введення медіапсихологічних засобів в роботу групи;

Лише врахувавши три попередні передумови, можливо поступово вводити медіа на першому занятті групи: обговорити вплив новин на себе та рідних, включити до анкети зворотного зв'язку кілька питань, що стосуються медіа, надати друковані матеріали з ілюстраціями корисних порад тощо).

Додаткові особливості: медіапсихологічні засоби з такою категорією як комбатанти та члени їх родин варто використовувати для роботи не раніше другої-третьої зустрічі (важливо щоб на цей момент були присутні лише учасники, які були на попередніх зустрічах, де відбулась стабілізація та синхронізація групи). Медіаконтент для психологічної роботи потрібно

підбирати, враховуючи інформацію про учасників групи (наприклад, яке відношення мають до АТО, яка ситуація в родині, яка ситуація зі здоров'ям, інші гострі проблеми тощо).

Приклади.

Приклад про обговорення. Під час обговорення впливу телебачення, і комбатанти, і дружини відзначили негативний вплив. Серед висловлювань були такі: «подивишся новини і не ясно, де йде війна», «мій чоловік, коли бачить щось про війну, плаче», «коли хлопці повертаються, бачать несправедливість, а в новинах це підкреслюють, рівень їх агресії зростає», «я коли дивлюсь новини або фільми про війну теж, плачу», тощо.

Приклад про синхронізацію. В групі з десяти учасників після вітальної кави перед етапом емоційної стабілізації одна з учасниць всіляко уникала повернення до групової роботи, яка проводилася у колі. В 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). Але активну участь у вправах приймала її десятирічна донька. Наприкінці заняття донька сказала матері, що їй стало легше, після чого вони підійшли до психолога: донька розповіла, як себе поводить тато вдома. В результаті жінка відкрилась, почала ділитися про наболіле та питати порад.

Приклад про гомогенність та стабілізацію. На перше тренінгове заняття прийшло 18 осіб, серед яких виявилися різні категорії учасників. Відповідно, принцип гомогенності на початку був порушений. Після етапу синхронізації для ефективної роботи групу було розділено на дві частини: одна частина – батьки, інша – комбатанти та дружини комбатантів. Батьки разом з капеланом та одним з психологів, за узгодженістю, пішли працювати до іншого кабінету. Групова робота з комбатантами та дружинами комбатантів на цьому етапі включала вправи з тілесно-орієнтованої терапії в парах, що дало можливість учасникам групи відчути фізичний та емоційний результат (деякі з учасників зазначили, що вперше за довгий час покращився настрій), після чого учасники відкрилися і деякі чоловіки звернулися за індивідуальною консультацією. Надалі групу знову розділили на дві частини (чоловіки і жінки окремо). Тут основна групова робота проводилася з жінками (техніки по роботі з негативними емоційними станами), після чого дружини почали звертатися з індивідуальними питаннями та заявили намір брати участь у наступних групових заняттях.

Аналіз анкет. В контексті вивчення передумов використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі та впливу медіа на комбатантів та членів їх родин, ми додали в анкету зворотного зв'язку питання «Чи буває щось по телебаченню, в інтернеті, по радіо чи у фільмах, що підіймає у вас старі переживання про війну, біль або ж дає позитивний приклад?»

Аналіз результатів показав, що більшість з опитуваних вибрали канал і форми отримання інформації такі як: новини по телебаченню, новини в інтернеті, інформація в соціальних мережах, ток-шоу, фільми. Звісно, форма поставленого питання не дозволяє більш детально проаналізувати окремо рівень

позитивного та негативного впливу медіа, але аналіз отриманих відповідей чітко показує, що цей вплив є.

Висновок. На нашу думку саме врахування вище зазначених соціально-психологічних передумов дасть можливість ефективного використання медіапсихологічних засобів у груповій роботі. Можна припустити, що завдяки вище перерахованим особливостям, у учасників групової роботи спершу відбувається довіра до власного тіла (через роботу з вправами), далі формується довіра до близького оточення, в тому числі групи, в якій працює людина, і лише надалі можна додавати медіа до роботи з більш глибокими психологічними питаннями, а також за допомогою медіа вибудувувати довіру до соціуму.

Література:

1. Вознесенська О. Л. Використання мандали в медіаосвітніх заняттях / О.Л.Вознесенська. // Простір арт-терапії. Збірник наукових праць. – 2015. – №1. – С. 4–21.
2. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу : підручник / Л.А. Найдьонова ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Вид. друге, стер. – Кіровоград : Імекс ЛТД, 2015 – 244 с.
3. Череповська, Н. І. Медіапсихологічні ресурси соціально-психологічної реабілітації постраждалих від воєнних дій./ Н.І. Череповська.// Збірник статей Четвертої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – 2016. – №, 4– С. 491-503.

*Ю. Д. Доброносова,
к. філософ. н., доц.*

Національний транспортний університет, м. Київ

ПОСТМЕДІАТРАВМАТИЧНЕ ЗРОСТАННЯ І МЕДІАКРЕАТИВНІСТЬ У ПРОСТОРІ КУЛЬТУРИ МЕДІАРОЗМАЇТТЯ

Анотація. Автор розглядає особливості зв'язку постмедіатравматичного зростання і медіакреативності у просторі культури медіарозмаїття.

Ключові слова: медіатравма, постмедіатравматичне зростання, медіакреативність, самоактуалізація, медіарозмаїття.

Конфліктогенність сучасного медіакомунікаційного контексту, в якому сьогодні відбувається самоактуалізація особистості, інтенсифікує екзистенціальні виклики, що постають перед суб'єктом і пов'язані із колізіями комунікації і дискомунікації, зміною співвідношення приватного і публічного. Все це випробовує можливості персонального медіадосвіду і може стати підставою для різноманітних варіантів медіатравмування, дослідження екзистенціальних аспектів чого має **актуальність** як для психології, так і для

філософської антропології. В умовах складного розвитку глобальної культури медіарозмаїття, в часи війни і агресії проти України ризики сучасної медіакультури набувають особливої гостроти. Таким чином перед нами постає **мета** з'ясувати особливості зв'язку постмедіатравматичного зростання і медіакреативності у просторі сучасної медіакультури як культури медіарозмаїття. Міждисциплінарні студії медіатравми належать до перспективних напрямків розвитку української гуманітаристики. На драматизм самоідентифікації і самоактуалізації особистості в сучасному соціокультурному контексті та потенційну травматичність медіадосвіду і медіакommунікації звертають увагу дослідники медіакультури (Людмила Ороховська, Катерина Батаєва, Лідія Стародубцева) і медіамистецтва (Яніна Пруденко, Оксана Чепелик) та медіапсихологи (Любов Найдьонова, Наталія Череповська). Для осягнення постмедіатравматичного зростання концептуально цінними вважаємо не лише праці дослідників психотравми (Пітера Левіна, Ганса Сельє, Урсули Вірц, Інге Міссмаль), але й висновки представників гуманістичної психології (Карла Роджерса, Абрахама Маслоу).

Для окреслення координат розуміння перспектив постмедіатравматичного зростання та ролі в ньому медіакреативності виходитимемо із того, що ситуація медіатравми (або серії взаємопов'язаних первинних і вторинних медіатравм) містить подвійні можливості як для розвитку самоактуалізації, так і для її гальмування. Незайве вказати і на необхідне розрізнення самореалізації і самоактуалізації, адже в сучасному світі ми можемо стикатися навіть із існуванням першого без другого. Особа із превалюванням інструментального типу самореалізації стає вразливою для медіатравми, причому може навіть не усвідомлювати первинну медіатравму. Вихід у самоактуалізацію часто пов'язаний із постмедіатравматичним зростанням, адже через медіакреативність і усвідомлення подімедіальності досвіду відкривається її сенс. У медіатравматичному досвіді міститься запорука екзистенціального перетворення досвіду і самої особистості і, як зазначає Урсула Вірц [2, С. 69], незважаючи на те, що травма є руйнівником смислу, вона має і потенціал давати нове життя і смисли існування. Посттравматичне зростання є важливим чинником самоактуалізації, котру Абрахам Маслоу називав найвищою потребою і мотивацією в ієрархії потреб, пов'язуючи із переходом від невротичних або інфантильних життєвих проблем до проблем екзистенціальних і вказуючи на особливу роль, котру відіграє у цьому процесі творчість, ототожнювана із повною людяністю. У медіарозмаїтті це набуває нового звучання, адже, за словами Дм. Петренко [4, С. 10 – 12], медіа водночас стверджують відтворення стратегій влади/знання і актуалізують трансверсування, яке перетворює людину у фронтір (позбавлену чітких маркувань межову територію, відкриту для різних практик антропологічного експериментування). Тож, якщо ми усвідомлюємо невід'ємність творчого спрямування від самоактуалізації, то повинні усвідомлювати і зв'язок критичної автономії і медіакреативності як центральних складових сучасної медіакомпетентності.

Лідія Стародубцева [5, С. 60–62] акцентує на тому, що в сучасній медіакulturі поширений «синдром дискomунікації», який набуває різних форм (розірвана комунікація, утруднена комунікація, незавершена комунікація, квазі-комунікація). Вони можуть стати підставою для поширення «м'яких» і «жорстких» варіантів медіатравматизації в просторі нових медіа і соціальних мереж. Специфіка мережевої комунікації, пов'язана із проектністю, тому у ній творяться можливості для нових комунікативних практик, в яких особа може шукати вихід із самотності та знаходити нові кола спілкування, і водночас масштабно конструюється контекст для поширення деструктивних впливів, котрі гальмують самоактуалізацію, котра в часи панування в повсякденних комунікативних практик медіарозмаїття все ще залишається прагненням людини до самовтілення і водночас – прагненням до автентичного існування. Отже, потенціал постмедіатравматичного зростання пов'язаний по-перше, із усвідомленням особою значення персонального медіадосвіду (розрізнення нетравматичного і травматичного) в самоактуалізації та доланням своєрідного «недбальства» у повсякденних медіапрактиках і медіа споживанні, а по-друге, із проектністю, характерною для мережевої комунікації та розвитком критичного мислення і можливостей перехідного розуму (В. Вельш). Сьогодні мережева логіка нових практик комунікації переливається за межі медіакulturі, підтверджує їх здатність конструювати комунікативний простір соціуму вцілому. Тому найбільшим екзистенціальним викликом медіатравматичного досвіду кіберкомунікації можна вважати те, що він може спровокувати деформацію комунікативних практик і спрямувань поза Інтернет-простором. Як зазначає Нелло Бариле [1] медіамережі не знищують унікальність, а мультиплікують, відтворюють і інфантилізують її, адже поширені в медіамережах стратегії маркетингу досвіду пов'язані із конвергенцією світоглядів і картин світу. У такому горизонті сфера приватного виявляється вразливою, адже відтепер моніторити можна навіть те, що ми і самі не усвідомлюємо, а прозорим стає те, що раніше таким не могло бути. Недарма Борис Гройс зазначає, що Інтернет є простором кібервоєн, котрі провадять за найвищу винагороду – таємницю, тому бути обізнаним із таємницею означає контролювати суб'єкта, але можлива така війна лише тому, що всесвітня мережа першопочатково постає як «простір прозорості і референційності» [3, С. 7]. Тож значна частина ситуацій медіатравмування може бути пов'язана із *випрозорюванням приватності* суб'єкта нових медіа. На додачу, як вказує Нелло Бариле, інфантилізація самості супроводжується поширенням орієнтації на збільшення кількості «лайків», котра вказує на сучасну форму засвідчення Іншими самореалізації у спрощеному її розумінні, що в свою чергу збільшує потенціал медіатравмування.

Таким чином винятково важливу роль у постмедіатравматичному зростанні відіграє усвідомлене комбінування різних медіальностей у гармонійному медіадосвіді, критична автономія і комунікативно спрямована медіакреативність, котрі відповідають викликам, що постають перед особою, яка

самоактуалізується в медіакомунікаційному контексті культури медіарозмаїття. Стимулювати розвиток медіакреативного потенціалу самоактуалізації особистості дозволяє світ сучасного медіамистецтва та присутність мультимедійного компоненту в театрі, кінематографі, архітектурі, літературі, адже здатність розпізнавати естетичне і етичне в медіарозмаїтті, усвідомлювати сенси і впливи цього на особу мають важливе значення і для вироблення способів мінімізації негативного впливу медіатрамування, тому перспективним вважаємо розвиток медіаосвітніх практик, пов'язаних із пошуком ресурсів на перехрестях медіа і мистецтва та в спільнодії критичного мислення і медіа креативності у персональному досвіді.

Література:

1. Бариле Н. Брендирование «я» в эпоху эмоционального капитализма. Эксплуатация «просьюмеров» от риторики double-bind к гегемонии исповеди / Нелло Бариле. // Логос. – 2015. – №3. – С. 138 – 161.

2. Вирц У. От убийства души к Посттравматическому Росту / Урсула Вирц // Сборник материалов по профилактике и психотерапии посттравматического стрессового расстройства у детей: ПАДАП, 2014. – С. 64 – // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://padap.info/user_file

3. Гройс Б. Дефикционализация фиктивного: искусство и литература в интернете / Борис Гройс // Логос. – 2015. – № 4. – С. 1–15.

4. Петренко Д. В. Трансверсальна антропологія медіа. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури / Д. В. Петренко. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків, 2017.– 31 с.

5. Стародубцева Л. Медиология разрыва: три парадокса дискommунікації / Лидия Стародубцева // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 59 - 71.

*Т. А. Доценко,
СЗШ № 184, м. Київ*

МЕДІАТВОРЧІТЬ В РЕАЛІЯХ. ІСТОРІЯ, МОТИВИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ВПЛИВУ МЕДІАТВОРЧОСТІ

Анотація. В статті висвітлюються різні точки зору щодо впливу засобів масової інформації на молодь. Автор аналізує державні підходи у різних країнах щодо захисту дитини від негативних медіавпливів.

Ключові слова: деструктивні медіавпливи, молодь, діти.

“В історії людства були і більш кровожерливі епохи, але жодна з них не була так просякнута образами насильства, як наша”

Дж. Гербнер

Створення супутникового зв'язку, кабельного радіо і телебачення, масове поширення комп'ютерів і Інтернету сприяли формуванню глобальних, загальносвітових інформаційних мереж і можливості поширення потрібної інформації в будь-якому куточку земної кулі. Однак оцінки їхнього зростаючого впливу на політику та суспільство далеко не однозначні, а часом протилежні. Досвід показує, що потенційно ЗМІ здатні служити різним цілям. З одного боку, вони можуть освічувати людей, допомагати їхній компетентній участі в суспільному житті, сприяти особистісному становленню. Але з іншого, що відбувається сьогодні досить часто, -духовно поневолювати, дезінформувати, іноді не бажаючи того, розпалювати масову ворожнечу, сіяти недовіру та страх.

Одна з небезпечних для духовно-моральної атмосфери суспільства традицій ЗМІ полягає в їхньому прагненні (заради високих рейтингів) експлуатувати низинні, руйнівні тенденції людської підсвідомості. Телебачення, кінематограф, література, друковані ЗМІ повною мірою використовують тягу людини до всього трагічного, пов'язаного зі стражданнями. Відомо і досить цинічне журналістське кредо: чим більше жертв і катастроф, тим цікавіша, привабливіша інформація для глядача. Тому перших кадрах телевізійних новин, смакуючи деталі, розписуються великі та малі трагічні події.

Для успішної маніпуляції свідомістю людей потрібна саме атмосфера страху, затьожного стресового стану, що блокує творчий, отже, критичний, розум. Це найкраще підґрунтя для середовища формування "нерухливого", догматичного мислення і перевірений засіб придушення пізнавальної активності людини. На тлі емоційного дискомфорту можна впровадити у свідомість особистості та суспільства будь-який міф і одночасно довести їх до повної соціальної апатії [3].

Телебачення перше серед інших ЗМІ за силою переконливого впливу на громадян. Люди більше довіряють побаченому, ніж почутому або прочитаному. Зорова інформація легше сприймається і краще запам'ятовується, дозволяючи як би відчути та пережити разом те, що відбувається на екрані.

У інформаційній політиці вітчизняних ЗМІ відокремлюють три небезпечних напрямки, здатних відгукнутися згубними наслідками для свідомості молоді:

- переорієнтація особистості молодої людини з традиційного позитивного героя на суперособистість іноземного зразка. Як приклад для наслідування пропонується той, кому для досягнення силової переваги над іншими людьми "докори совісті" і почуття жалю тільки перешкода. Насилля на телеекранах гірших зразків чужої масової культури руйнує відпрацьовані століттями менш небезпечні вітчизняні стереотипи поведінки, нав'язує суспільству норми та принципи моралі, заснованої на культі насильства, жорстокості, бездуховності, егоїзму.

- загрози, пов'язані з дестабілізацією соціальної наступності поколінь. Як підтверджують дослідження, відчуження суспільства від позитивного

історичного досвіду є зараз однією з небезпечних особливостей побудови інформаційних потоків в українських ЗМІ.

- розширенням масштабів девіантного поведіння молодих людей.

У результаті пропонованих інформаційних впливів суспільство всі частіше зіштовхується з такими явищами серед молоді, як ослаблення здатності до самоконтролю за своєю поведінкою, активізацією ірраціональної сфери свідомості, посилення садомазохістичних схильностей. Дані соціологічних досліджень підтверджують наявність кореляційних зв'язків між названими явищами та зростанням інтенсивності інформаційних потоків відповідного змісту в ЗМІ. Існує прямий зв'язок між злочинністю на екрані телебачення та вулиці [6].

На думку фахівців, зміст того, що молодь отримує у ЗМІ, є одним з найбільш травмуючих факторів телевізійного впливу на її психічний та фізичний стан. Головним чином, це належить до насильства, яке надмірно демонструє телебачення. Як показують дослідження, постійний перегляд сцен насильства притупляє чутливість до агресії, зменшує значимість внутрішніх факторів, які її стримують, збільшує фактичні прояви агресивності в поведінці, формує неправильний образ соціальної реальності, що може стати основою подібних дій.

Центральна ідея поняття «праймінгу» (від англ. prime – заряджати, запалювати) така: коли люди стикаються з певним стимулом (або подією), що мають приватне значення, їм в голову приходять інші ідеї з точно таким же значенням [5]. Ці думки в свою чергу можуть активізувати і інші семантично споріднені їм ідеї і навіть схилити до дії. Теорія праймінгу частково підтверджена у дослідженнях, які зафіксували, що перегляд жорстоких фільмів навіював піддослідним агресивні думки (Бушман, Джин, 1990). Л.Берковіц виявив, що хлопчики-підлітки, які бачили, як у фільмі когось сильно били, потім менше стримували бажання вдарити людину, схожу на жертву з фільму. Теорія соціального навчання у рамках біхевіоризму передбачає, що спостереження сцен агресивного характеру може стимулювати процеси соціального навчання і призводити до засвоєння нових типів поведінки [2]. Навчання відбувається через засвоєння вікарного досвіду, який ніби заміщує відсутність відповідного особистого досвіду.

Термін «насильство в медіа» у сучасній комунікативістиці вживається на позначення дедалі зростаючого числа насильницьких сцен, які з другої половини ХХ ст. стали об'єктом наукового зацікавлення та причиною стурбованості психологів, педагогів, медиків і батьків.

«Насильство з'явилося раніше телебачення. Телебачення лише відображає наші смаки і догоджає їм». Ще один аргумент на користь телебачення – це отримання особливої психічної розрядки, так званого катарсису (термін ввів в обіг ще Арістотель, іменуючи «катарсисом» – особливий вид задоволення, який виникає під час перегляду драми) [4]. Проте більшість досліджень підтверджує, що телевізійне насильство не призводить до ефекту катарсису, а швидше, має тенденцію до підсилення агресивних почуттів.

Одним із способів осмислити теленасильство є когнітивна теорія Альберта Бандури та його експеримент з лялькою Бобо. «Жінка-експериментатор протягом десяти хвилин з усіх сил б'є надувну ляльку при цьому викрикує: «Вріж йому... Вмаж по носі». Спостерігаючи за цією ситуацією, дитина йде в іншу кімнату і повторює агресивні дії» [1]. Чимало сюжетів українського телебачення можуть спонукати людину повторити побачене.

Спроби вирішити цю проблему є в багатьох європейських країнах:

Великобританія. Політика BBC вимагає, щоб всі програми, які транслюються до 21 години, відповідали певним вимогам для перегляду їх дитячою аудиторією;

Німеччина. За Конституцією дозволено обмеження свободи інформації «законоположеннями про захист молоді». Ряд суспільних телекомпаній керується положеннями, по яких здатні нашкодити здоров'ю дітей і підлітків програми не повинні випускатися до вживання заходів, що забезпечують малу вірогідність перегляду їх дітьми.

Франція. Вища аудіовізуальна рада Франції, що діє згідно із законом від 1986 року, контролює мовлення програм, здатних завдати шкоди дітям. Зокрема, згідно з його директивою від 1989 року телекомпаніям не рекомендується транслювати програми, що містять еротичні сцени насильства, до 22 годин 30 хвилин і їх рекламу до 20 годин 30 хвилин.

Нині в **Канаді** та **США** всі телепередачі та кінофільми, які містять епізоди насильства, жорстокості, сексу, показують тільки на спеціальних каналах, за які має додатково сплачувати сім'я, тобто батьки в таких випадках беруть на себе частину відповідальності.

Як бачимо, проблеми насилля, жорстокості є не лише в Україні. Безперечно, Україна повинна виробляти свої правила, щодо подачі новин і зображення у них насильства, з урахуванням ментальності, традицій, звичаїв, проте без огляду на бажання та смаки власників каналів, посиленні правового регулювання та суспільного контролю діяльності ЗМІ, вихованні критичного відношення до них.

Отже, протидіяти негативному впливові телебачення можна й потрібно, і робити це необхідно різними способами й на кількох рівнях: суспільства, сім'ї, окремої людини. Якщо ми й не можемо відмовитися від цього продукту людської творчості у своєму повсякденному житті, то хоча б спробуймо не перетворювати його на головну життєву цінність.

Література:

1. Бандура А. Теорія соціального навчання / А. Бандура [пер. с англ. Н. Чубарь]; – СПб.: Евразия, Санкт-Петербург, 2000. – С. 191. – 320 с.
2. Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль/ Л. Берковиц. – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. – 512 с.
3. Майерс Д. Соціальна психологія / Д. Майерс. – СПб.: Питер, 2011.
4. Клековкін О. Ю. Античний театр [Текст]: навч. посібник для вищих навч. закл. театрального мистецтва і культури (з спец. «Театральне мистецтво», «Культурологія») / О.Ю. Клековкін; Київський держ. ун-т театру, кіно і

телебачення ім. І.К. Карпенка-Карого. – К. : Арттек, 2004. – 208 с.: іл. - Бібліогр.: с. 196-207.

5. Крэйхи Б. Социальная психология агрессии / Б.Крэйхи [пер. с англ. А. Лисициной]; – СПб.: Питер, 2003. – 336 с., ил. – (Серия «Концентрированная психология»)

6. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Изд. 2-е, переработ. и доп. М.: Наука, 1987. Гл.1.

І.В. Клименко,

к. психол. н., доц.

Київський національний університет

ім. Тараса Шевченка, м. Київ

Д.Ж. Ідоятова,

магістр психології

Київський національний університет

ім. Тараса Шевченка, м. Київ

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ СХИЛЬНОСТІ ДО ВИБОРУ НЕГАТИВНО ЗАБАРВЛЕНИХ НОВИН

Анотація. Проаналізовано основні напрямки медіавпливу на індивідуальну та масову свідомість та чинники особистісної чутливості до медіа впливу, представлено результати дослідження соціально-психологічних чинників сприймання новинної інформації різної емоційної тональності.

Ключові слова: медіапсихологія, медіавплив, новини, емоційна тональність

З розвитком інформаційних технологій людина виявилася особливо вразливою до медійних впливів. Особливо це відчутно у період інформаційної війни, у якій опинилося українське суспільство. Засилля негативно забарвленої інформації, постійний інформаційний шум, маніпуляції та дезінформація, – усе не тільки призводить до дестабілізації ситуації в країні та загострення соціальних протиріч, але і виступає чинником медіатравм. Саме тому різноманітні дослідження у сфері медіапсихології, спрямовані на виявлення психотравмуючих факторів медіа та способів протистояння їм є сьогодні настільки актуальними.

Проблема медійних впливів є достатньо ґрунтовно опрацьованою фахівцями у сфері медіапсихології. Згадаємо хоча б напрацювання П. Вінтерхоффа-Шпурка, Р. Харріса, Дж.Брайанта та С. Томпсона, Н. Лумана, Дж.Клаппера; українських дослідників: Г.Почепцова, О.Сусської, М.Теплякова, В.Петрика, О.Курбана, Д.Кіслова, Л. Найдьонові та співробітників лабораторії масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПНУ.

Під медійним, інформаційно-психологічним впливом при цьому розуміють такий вплив на індивідуальну або масову свідомість, що може викликати трансформацію психіки, зміну поглядів, думок, ціннісних орієнтацій та мотивів з подальшою зміною діяльності та поведінки [3, С.70].

Американський соціальний психолог Вільям Джеймс МакГьюар сформулював ідею так званих непрямих або «ненавмисних» медіавпливів. На противагу прямим медіавпливам, які засновані на використанні цілеспрямованого моделювання медіаконтенту (наприклад, ефекти реклами, політичних кампаній, пропаганди), непрямі впливи зумовлені фактом індивідуальної взаємодії особистості з медіа та пов'язані, наприклад, з такими ненавмисними ефектами як агресія, викривлені судження, культивування страху та недовіри [5].

І прямі, і непрямі медіавпливи пов'язані зі здатністю ЗМІ виступати в якості модератора сенсів та своєрідного інструменту конструювання соціальної реальності. Сама інформація та фактаж при цьому відходять на другий план. Як пише український дослідник В. Лизанчук, «інформація ніколи не буває нейтральною, паралельно з нею існує й інтерпретація, яка зображає, творить уявлення про світ, Україну, те чи інше явище, подію, факт.

Масова свідомість не здатна сама формувати інтерпретацію всіх подій; вона покладається при цьому на готові здобутки, що їх надають ЗМІ» [1, С. 243].

Трансформація інтерпретації фактів у стійкі світоглядні картини відбувається за наступною схемою. Інтерпретація фактів у формі редакційних оцінок, коментарів, сталих лексичних конструктів починає «кочувати» між різними ЗМІ. Багатократно повторювані кліше набирають ознак стереотипу, який більше не залежить від контексту. А споріднені групи стереотипів починають формувати стійкий образ або картину світу, ідеологію, масову свідомість, які визначають шаблони поведінки [2, С. 273].

Малодослідженими в соціальній та медіапсихології при цьому залишаються ефекти множинної, або полярної (відомий український феномен «зрадо-перемоги») інтерпретації фактів. Змодельована таким чином багатозначна картина світу відкриває перед аудиторією ЗМІ простір для вибору – у яку реальність вірити? На перший план виходить тоді не питання намірів ЗМІ, а питання психологічних особливостей самої аудиторії, схильної до вибору такої чи іншої медійної інформації.

Чеський дослідник Петр Тржешняк сформулював декілька припущень, стосовно того які саме чинники зумовлюють довіру аудиторії до заангажованих та подекуди навіть неправдивих новин ЗМІ. Передусім, мова йде про ефекти, пов'язані з вибірковістю сприймання (пошук в потоці інформації тієї, яка відповідає вже сформованій картині світу). На його думку це не залежить від інтелекту чи здатності орієнтуватися в темі, люди просто «використовують свої знання не для пошуку правди, а для витонченого зміцнення власних упереджень». Другою причиною він називає потребу відчувати контроль над ситуацією, в той час як дійсність є настільки складною і неоднозначною, що

робити це стає все важче. До полярних інтерпретацій тоді виявляються схильними люди, які почуваються вразливими, незахищеними, слабо контролюють власне життя [4; 90-93].

Саме дослідження соціально-психологічних чинників схильності до сприймання новинної інформації різної емоційної тональності і стало основною метою нашого власного дослідження.

Для моделювання ситуації вибору між новинами різної емоційної тональності було розроблено стимульний матеріал, який складався з 12 блоків новинних текстів. Кожен блок містив два тексти новин на одну тему з позитивною та негативною інтерпретацією. Новини охоплювали як актуальні для українського суспільства політичні, економічні та соціальні проблеми, так і нейтральні теми, щоб нівелювати чинник негативного сприймання самої влади, який екстраполюється на сприймання новин. Новини були зібрані з різноманітних видань та новинних веб-сайтів. Тексти подавалися мовою оригіналу. В кожному блоці досліджуваному пропонувалося обрати один текст, якому він більше довіряє або який здається йому більш об'єктивним.

Надалі респондентам пропонувалося пройти батарею методик (зокрема, методики на виявлення рівню соціального оптимізму, локус контролю, соціальної фрустрованості, суб'єктивного благополуччя та толерантності до невизначеності), що дозволяло нам в подальшому проаналізувати психологічні профілі респондентів, схильних до вибору новин певної емоційної тональності. Загальна вибірка дослідження склала 104 особи віком від 18 до 45 років з різних міст України, з різним рівнем добробуту та середнім або високим рівнем медіаактивності.

Близько 34% респондентів виявили стійку схильність до вибору негативно забарвлених новин, 23% – до позитивно забарвлених новин, решта пропорційно розподіляла свій вибір між новинами різної емоційної тональності. Були виявлені значимі кореляції між схильністю до вибору новин з позитивною чи негативною забарвленістю та виокремленими соціально-психологічними характеристиками респондентів.

Так людям із інтернальним локусом контролю та високим рівнем соціального оптимізму, у яких розвинена толерантність до невизначеності, властиво віддавати перевагу новинній інформації позитивної емоційної тональності. А от люди із схильністю до вибору негативно забарвлених новин характеризуються екстернальним локусом контролю, низьким рівнем соціального оптимізму, проблемами та негараздами у соціальній сфері (незадоволеність стосунками із найближчими, сім'єю, своїм оточенням, статусом або соціально-економічним становищем), низьким рівнем толерантності до невизначеності та високим рівнем міжособистісної інтолерантності.

Також було встановлено вікові особливості схильності до новинної інформації різної емоційної забарвленості. Досліджувані були поділені на дві вікові групи: молоді респонденти (18-30 років) та зрілі респонденти (старше 30

років). Виявлено, що для молодих людей особливе значення у процесі сприймання новинної інформації має локус контролю, задоволеність стосунками із найближчими людьми, суб'єктивне благополуччя та толерантність до невизначеності. У зрілому віці особливо важливу роль відіграють соціальний оптимізм, інтернальний або екстернальний локус контролю, задоволеність стосунками із найближчими людьми, оточенням, задоволеність своїм статусом та особливу роль – задоволеність соціально-економічним становищем; толерантність до невизначеності загалом та особливо у міжособистісних взаємостосунках.

Виходячи з психологічних характеристик типового «шанувальника зради», припускаємо, що вплив може мати двосторонній характер: певні індивідуальні риси особистості можуть зумовлювати схильність до вибору інформації з негативною тональністю, втім і «споживання» такої інформації, в свою чергу, загострює прояви інтолерантності, відчуття безпорадності, глибину соціальної фрустрованості та призводить до зниження суб'єктивної оцінки власного благополуччя.

З огляду на це надзвичайно важливо підтримувати ініціативи, пов'язані з підвищенням рівня медіаграмотності населення, озброюючи особливо вразливі до негативних медіавпливів групи людей інструментами особистісної медійної «гігієни» та захисту.

Література:

1. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
2. Мытько И.Е., Чилингир Е.Ю., Этапы искажения информации в СМИ // Цивилизация знаний: проблемы и перспективы социальных коммуникаций: в 2 ч.: Труды Тринадцатой Международной научной конференции, М., 20-21 апреля 2012 г. – М.: РосНОУ. – Ч.1. – 2012. – С. 272-274.
3. Панова І. В. Захист від впливу інформації, що є шкідливою для особи, як принцип інформаційного права / І. В. Панова // Право і Безпека. – 2010. – № 3. – С. 69-72.
4. Тржешняк Петр. Мислителі з савани // Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві. – К.: Pictoric, 2017. – 136 с.
5. McGuire, W. J. (1986). The myth of massive media impact: Savagings and salvagings. In G. Comstock (Ed.). Public communication and behaviour, vol. 1 – Orlando, FL: Academic Press. – pp. 173–257.

О. І. Ключанова,
психолог, спеціаліст з раннього розвитку,
член ВГО «Арт-терапевтична асоціація»

ВИКОРИСТАННЯ МЕДІА-АРТ-ТЕРАПІЇ У РОБОТІ З ДІТЬМИ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Анотація. Автор описує свій досвід роботи з дітьми другого класу загальноосвітньої середньої школи засобами мультимедійної анімації. Та створення дітьми чотирьох мультфільмів, об'єднаних загальною темою «Гармонія в природі».

Ключові слова: медіа-арт-терапія, молодший шкільний вік.

У наймолодшого покоління опанування навичок взаємодії з медіа відбувається майже на інстинктивному та інтуїтивному рівні. Тому, медіа-арт-терапія – найновітніший різновид арт-терапії, який передбачає в якості простору для творчості використання сучасних систем комунікації – є вдалим вибором у роботі з дітьми молодшої школи. Медіа-арт суттєво розширює можливості використання арт-терапії, допомагає знизити страх перед власною творчістю, поділитися продуктами з іншими та отримати підтримку[1].

Далі представлено роботу психолога з учнями другого класу загальноосвітньої середньої школи м. Києва в рамках учбового процесу. Метою роботи було сприяти творчому саморозкриттю учнів, розвивати навички самостійної та командної роботи, навчати планувати діяльність, визначати пріоритетні і другорядні задачі, показати цінність кожної ідеї учнів. Результатом роботи було втілення спільного творчого проекту. Цикл занять складався з восьми тридцяти-хвилинних занять, об'єднаних темою «Гармонія в природі», в рамках якого діти за допомогою керівника зняли чотири мультфільми.

Початковий етап був присвячений уявленню дітей щодо поняття «гармонія», в межах якого були розглянуті приклади гармонії в музиці, мистецтві тощо.

На бажання дітей показати іншим їх розуміння гармонії у природі, була прийнята ідея зняти мультиплікаційний твір про пори року.

Для виготовлення мультфільмів знадобилися: мобільний телефон, штатив, ватман, кольоровий папір, пластилін, олівці, вата. Для зведення керівником фотографій у відеоряд використовувався мобільний додаток PiсRac.

Діти були поділені на чотири групи по п'ять людей, за кожною групою була закріплена їх пора року, що обиралася жеребкуванням. У п'ятірках діти створювали списки характеристик, визначальних для пори року, яка ними досліджувалася, після чого вони ділилися на клас своїми роздумами у вигляді *презентації «свої» пори року.*

Наступним *етапом* роботи була *розробка елементів для арт-проекту.* Психолог допомагав організувати підготовчі роботи порадами щодо розподілу задач між членами підгруп, мотивував до слідування спільній ідеї. Коли всі елементи були готові, ми перейшли до етапу зйомки.

Для оптимізації роботи при зйомці, були розроблені правила «стоп» і «руш», де команда «стоп» означає, що всі прибирають руки із кадру, а «руш» – повідомляє про необхідність робити нові зміни.

Також з дітьми були обговорені особливості створення мультиплікації: необхідна кількість кадрів на хвилину, особливості пересування предметів – мікрорухи.

Зйомка мультфільму була організована так, щоб кожна дитина у підгрупі мала можливість керувати процесом: кожен член команди по черзі виступав у ролі оператора, а інші члени команди були розподілені по кутках робочого поля – екрану. Всі міняли свою позицію, пересуваючись за годинниковою стрілкою, по команді психолога. Інші підгрупи у цей час тренувалися у відтворенні цього процесу самостійно. Бажаючи спостерігати за процесом зйомки об'єдналися у зовнішнє коло навколо знімальної групи.

Крім того, до теми мультфільму, психолог ставила дітям відповідну композицію А. Вівальді «Пори року» та пропонувала зобразити в кольорі свої враження від музики, застосовуючи елементи музичної терапії.

Дуже важливим у зйомці мультфільму є правильний розрахунок часу, оскільки технічно на якість відеоряду впливають будь-які зсуви камери чи елементів робочого поля. Тобто, якщо ми приступили до зйомки, її треба завершити. Для зйомки кожного мультфільму ми виділили по одному заняттю.

Коли всі мультфільми були відзняті та зведені психологом, ми присвятили останнє заняття перегляду та рефлексії. За відгуками дітей, вони були вражені результатом, багато хто виражався: «не вірю що ми таке зробили». Діти пишалися своєю роботою. Під час обговоренні результату, кожен згадував свої ідеї та оцінював ступінь задоволення їх реалізацією.

Спостерігалися позитивні зміни і у взаємодії дітей між собою: з'явилося більше взаємоповаги, готовності чути один одного. Збагачені досвідом ролі оператора, діти відмічали, що керувати важко і усвідомлено дякували своїм однокласникам за плідну співпрацю.

Цінним новоутворенням у свідомості більшості учнів класу було те, як багато означають на перший погляд незначні деталі. Зокрема, робоча група «Зима» з посмішкою згадувала, з яким обуренням хлопчик виготовляв кульки з вати для снігу, сприймав це марною роботою та «зздри́в тим, хто гарно малює» і, лише коли побачив мультфільм на екрані, зрозумів, що «його сніг» є ключовим елементом проекту.

Цей досвід роботи демонструє важливість спільної медіаторчості, яка може застосовуватися як форма медіаосвіти в молодшому шкільному віці, та сприяти розвитку особистості, формувати творчі та комунікативні здібності, навчати різним формам самовираження та розвивати критичне мислення.

Література:

Енциклопедичний словник з арт-терапії / О.Л. Вознесенська, О.М. Скар, О.А. Бреусенко-Кузнєцов, О.О. Деркач, Мова Л.В. та ін.; [за заг. наук. ред. О.Л. Вознесенської, О.М. Скар]. – К.: Золоті ворота, 2017. – 312 с.

О. М. Молчанова,

к. психол. н.

КЗ «КОШПО імені Василя Сухомлинського»,

м. Кропивницький

ІНТЕРНЕТ-СЕМІНАР ЯК ТЕХНОЛОГІЯ МЕДІАОСВІТИ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Анотація. Автор у своїх матеріалах описує досвід проведення інтернет-семінару для педагогів, психологів та соціальних педагогів. Тема інтернет-семінару була "Арт-терапія в освітньому процесі: інноваційні підходи".

Ключові слова: Інтернет-семінар, арт-терапія, медіаосвіта

Медіаосвіта дорослих, відповідно до Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, є необхідною складовою інформаційної безпеки держави в умовах зовнішньої інформаційної агресії і пропаганди, сприяє стійкості населення до деструктивних медіаінформаційних впливів [2]. Вона забезпечує вирівнювання досвіду поколінь (зокрема старшого покоління, соціалізація якого відбувалася в умовах іншої системи мас-медіа), постійний особистісний розвиток і підвищення кваліфікації.

Медіаосвіта – новий напрямок освіти, який спрямований на формування суспільстві медіа-культури, розвитку особистості за допомогою і на матеріалі мас-медіа. Саме цей напрямок стає все більш актуальним для сфери післядипломної педагогічної освіти, яка, відповідно до Закону про освіту, повинна бути націлена на урахування особистісних потреб педагогів, пріоритетів суспільного розвитку та потреб економіки. Медіаосвіта стає сьогодні вагомим чинником переорієнтації освіти на формування необхідних для життя ключових компетентностей.

Цікавою та економічно обґрунтованою технологією такої форми освіти може стати інтернет-семінар як вид методичної роботи у міжкурсовий період для підвищення кваліфікації педагогів, а також їх теоретичної та практичної підготовки на основі виявлення й узагальнення практичного педагогічного досвіду. Тому, *метою* тез виступило узагальнення досвіду проведення інтернет-семінару на базі Комунального закладу «Кіровоградський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти» для педагогів, психологів та соціальних педагогів.

Медіаосвіта, за визначенням О.В. Глазиріної, є об'єктом медіа педагогіки, яка, в свою чергу виступає складовою педагогічних знань. Відповідно, медіаосвіта – це і процес і результат медіанавчання та медіа виховання [1].

Медіанавчання, на її думку – це процес взаємодії особи з медіа простором, з метою передачі та засвоєння існуючого, і створення нового досвіду медіа спілкування (взаємодії). Тоді як медіавиховання спирається на загальну теорію

виховання, розгортається всередині навчання і реалізується в усіх видах діяльності як ціннісне ставлення до її процесу, результату та учасників [1].

Важливим соціально-психологічним аспектом медіаосвіти є медіаторчість, яка може бути ресурсом особистості, забезпечуючи їй ефективну адаптацію до сучасних умов у світі медіа реальності інформаційного суспільства. Як вказала Н.І.Череповська, творча діяльність у сфері медіа або творча діяльність, опосередкована медіа засобами (медіаторчість) виступає соціально-психологічним феноменом, який змінює розширює комунікаційні можливості людини, надає їй нового способу самореалізації. Вчена зазначила, що саме завдяки здійсненню й утворенню нових типів комунікацій, реалізації потреб самоактуалізації особистості відбувається збагачення інтелектуально-практичного та смислового досвіду, що й вказує на медіаторчість, як ресурс сучасної людини в умовах медіатизованого, інформаційного простору [4].

Інтернет-семінар – різновид веб-конференції, проходить у режимі реального часу, зв'язки між учасниками підтримуються за допомогою спеціального програмного забезпечення або веб-сервісів. Такий вид роботи корисний для обговорення актуальних питань науково-методичного характеру. Всі матеріали інтернет-семінару, як правило, розміщуються в мережі інтернет для подальшого перегляду користувачами мережі, яке відбувається в рамках всесвітнього інформаційного простору.

У Кіровоградському обласному інституті післядипломної педагогічної освіти імені Василя Сухомлинського, на кафедрі педагогіки, психології і корекційної освіти, 12-16 березня 2018 року був проведений Всеукраїнський науково-практичний інтернет-семінар: «Арт-терапія в освітньому процесі: інноваційні підходи», в якому взяли участь спеціалісти-практики з міст Кропивницького, Києва, Одеси, Харкова та Кіровоградської області.

Семінар мав наступні тематичні напрями [3]:

5. Можливості застосування методів та прийомів арт-терапії у роботі практичного психолога, корекційного педагога, соціального педагога, вихователя, керівника гуртка, вчителя, соціального працівника.

2. Застосування арт-терапевтичних методик для розвитку творчого потенціалу особистості.

3. Використання арт-терапії у процесі пошуку шляхів до вирішення внутрішніх конфліктів особистості, подолання емоційної депривації, допомоги в ситуації кризи ідентичності та складних життєвих ситуацій.

4. Використання ідей Григорія Костюка та Василя Сухомлинського в арт-терапевтичних технологіях у процесі психологічного супроводу системи дошкільної, загальної середньої, корекційної, професійно-технічної та вищої освіти.

До учасників семінару висувались вимоги: надіслати *відеокліп* з презентацією технології – із власного досвіду роботи (формат MP4 або AVI, тривалість – 10-15 хвилин (до 2 Gb); у заголовку слід було зазначити назву кліпу і прізвище та ініціали автора. Також необхідно було додати *опис технології* у

текстовому вигляді обсягом 3-5 сторінок (формат Word.doc, розмір аркушу А4, шрифт 14 Times New Roman, інтервал 1).

Для участі в семінарі учасники поділились своїми практичними напрацюваннями в сфері арт-терапії, презентувавши відеоматеріали з досвіду роботи з дітьми різних вікових категорій.

Для розгляду були запропоновані наступні матеріали:

Акацатова О.В. Арт-терапевтична вправа "Мандала";

Луценко О.В. Модифікація проєктивної методики "Вулкан";

Мазур Т.Є. Арт-терапевтична вправа "Маріонетка";

Молчанова О.М. Використання групових малюнків "Каракулі" в тематично орієнтованій групі педагогів;

Новікова Т.М. Арт-терапевтичне заняття "Моє чарівне дерево";

Харченко І.О. Чарівна мандала;

Клюшанова О.І. Використання арт-терапії в роботі з гнівом у дитини;

Сергієнко І.М. Квітка і паркан;

Герштенцвейг В. Використання маппет-ляльок для покращення взаємодії між дитиною та дорослим;

Ільченко О.П. Використання арт-терапевтичних технік у роботі соціального педагога;

Вознесенська О.Л. Лялькотерапія в роботі з образом "Я" особистості;

Черкашина Д.М. «Кольорові емоції» або використання елементів арт-терапії у роботі практичного психолога ДНЗ;

Гельбак А.М. Використання елементів музикотерапії в корекційно-реабілітаційній роботі з дітьми з інвалідністю;

Абрамович Ю.О. Використання маскотерапії у роботі з дітьми дошкільного віку;

Немикіна О.А. Розвиток творчих здібностей дітей шляхом використання казок та сендплею;

Кваша Т.І. Казкотерапія в дошкільній освіті[3].

Всі відеоматеріали були розміщені на ютуб-каналі кафедри для ознайомлення користувачів інтернет-простору. Також було запропоновано всім бажаючим взяти участь в обговоренні. Зазначена форма роботи викликала великий інтерес педагогічних працівників області, про що було зазначено у коментарях до кожного відео. Позитивним здобутком такого виду роботи є велика кількість переглядів матеріалів семінару (більше тисячі) та можливість знайомитись з ними й після закінчення його терміну й активно використовуватись в роботі.

Інтернет-семінар може використовуватись як дистанційна форма освіти в процесі її індивідуалізованого здобуття. Такий вид роботи відбувається в основному за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників освітнього процесу у спеціалізованому середовищі, що функціонує на базі сучасних психолого-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій

та забезпечує реалізацію права кожної повнолітньої особи на безперервне навчання і є складовою освіти впродовж життя.

Література:

1. Глазиріна О.В. Медіапедагогіка як складова педагогічних знань / О.В.Глазиріна // Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив. Зб. статей методологічного семінару. Київ, 2013. – 483-490.

2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). Електронне джерело:

http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/

3. Матеріали Всеукраїнського науково-практичного інтернет-семінару: «Арт-терапія в освітньому процесі: інноваційні підходи» http://ppko-koippo.edukit.kr.ua/konferencii_konkursi/naukovo-praktichnij_semina/

4. Череповська Н.І. Особливості соціально-психологічного ресурсу медіа творчості аматорів / Н.І.Череповська // Електронна адреса: www.ispp.org.ua/files/1286273765.doc

О. Т. Плетка,

*м.н.с. лабораторії психології
малих груп та між групових відносин
ІСПП НАПН України, м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ В ЖІНОЧІЙ ГРУПІ ВИМУШЕНО ПЕРЕСЕЛЕНИХ ОСІБ: ВПЛИВ МЕДІА ПРОДУКТУ НА ПРОЦЕС ВІДНОВЛЕННЯ

Анотація. Описано досвід використання медіа продукту в групах підтримки для літніх людей з числа вимушено-переселених осіб. Представлено приклади використання короткометражних фільмів та мультиплікаційних фільмів під час занять. Висвітлено роботу жіночого клубу «Орхідея» Київської міської організації Товариства Червоного Хреста України. Окреслено низку напрямів можливих впливів медіа продукту на процес відновлення після пережитих травмівних подій.

Ключові слова: травмівні події, відновлення, медіа продукт, вимушено-переселені особи, групи підтримки

Вже п'ятий рік триває ситуація, коли людина не в змозі впливати на своє рішення щодо власного життя. Вимушено-переселені особи за цей час мали можливість інтегруватися у ті реалії, в яких вони опинилися, при звичаїтися до місця проживання та побутових умов життя. Але, на жаль, людям похилого віку це зробити важче. Спогади та «свої місця» залишилися на окупованій території, впевненість у завтрашньому дні також не спонукає до успішної інтеграції. Низка потреб, які вже не задовольняються (наприклад, в разі смерті поховання поруч з

чоловіком), спонукають до безпорадності та завмиранню у травмуючому досвіді. Медіаторчість та використання у роботі психолога медіа продукту сприяють відновленню за рахунок створення внутрішнього метафоричного образу виживання або ситуацій, які до цього надихають. Тому важливим вважаємо застосування медіа можливостей у своїй роботі.

Досвід створення автором та ведення жіночого клубу «Орхідея» на базі Київської міської організації Товариства Червоного Хреста України протягом 2016 – 2018 років з числа вимушено-переселених осіб похилого віку спонукає до аналізу впливів медіа продукції на психологічний стан учасниць. Так, спроба «примирити» учасниць з фактом їх переселення тривала довгий час, але ностальгія, туга за минулим, невизначеність у теперішньому та невпевненість у майбутньому спонукала їх «завмирати» у безпорадності. Деякі учасниці виходили групи підтримки, деякі настирливо питали: коли все завершиться й можна буде повернутися додому. За цей період частина учасниць відновилася й пішла з групи, частина продовжує реабілітацію та відновлення, частина непостійного складу оновлюється за рахунок нових членів клубу. Взагалі процес «життя» групи має власні особливості. Коли настає стагнація, то з'являються нові учасниці й групу знову штормить. Наразі це зріла група, яка знаходиться на стадії плато та впевнено витримує різного роду зовнішні впливи.

Опишемо декілька показових ситуацій, в яких використання медіа продукту сприяло вирішенню складної на той час соціальної ситуації.

Учасниця, назвемо її Ларисою, на даний час 73 роки, у групі з серпня 2016. Демонструвала стійку безпорадність протягом року. На заняттях часто «завмирала», «випадала» з процесу. Кожен раз говорила про те, що не розуміє, що вона робить у Києві, що їй треба додому (у розтросені Піски), що їй тут зле. Питання відновлення у її випадку навіть не ставилося, важливим було стабілізувати стан та допомогти їй примиритися з ситуацією переселення. На одному з занять вона розповідала, що відвідала Маріїнський парк, що там гуляють люди, а вона не розуміє, що там робить. Під час бесіди розповідала, що там красиво, але вона чужа на цьому святі й їй не милі всі ті краєвиди. Учасниці групи мовчали, кожна у своїх переживаннях поринала до спогадів та відчуттів. Інтервенція з боку психолога на кшталт того, що Ви в Києві проживаєте вже третій рік і давно стали столичною жителькою, такою собі «столичною штучкою», її трохи вразило і вона почала міркувати про те, що й правда, я в Києві живу вже три роки. Психолог продовжила діалог в русі того, що могли би Ви мріяти про життя у Києві, чи була у Вас можливість відвідати Київ в минулому. Відповіді Лариси були про те, що їй було добре у своїх Пісках, та і дітей треба було піднімати, ніколи було про це думати. Наразі спілкування продовжили учасниці групи, які підтримали ідею щодо їх київського життя: складно, мінімум побутових гараздів, але місто велике й є де погуляти, щось подивитися, тобто труднощі долаються цікавістю до життя. Продовженням заняття стали співи пісень про Київ (наприклад, Києве мій). На наступне заняття було підготовлено низку уривків з фільмів, де згадується Київ. Учасниці, подивившись добірку,

почали розповідати, що гарного в їх житті сталося після переїзду до Києва. Заняття пройшло у дружній атмосфері підтримки. Після заняття Лариса висловила думку, що вона радіє з того, що тут немає війни й вона може насолоджуватися перебуванням у столиці держави. Наступне заняття почалося з того, що Лариса почала запрошувати колежанок на екскурсію до парку «Мамаєва слобода». Вона його відвідала, і готова стали екскурсоводом, та й спілкування на природі буде корисним кожній з учасниць групи. Наразі такий досвід припав до душі учасниця клубу і час від часу вони «досліджують» Київ з Ларисою. Отже, підкріплення змін за допомогою медіа продукту призводить до закріплення у свідомості успішності результативності трансформації власних поглядів.

Учасниця, назвемо її Вікторією, часто на заняттях говорила про те, що це молодим можна «обживатися», а їй вже не треба, тому вона не розуміє нащо ці психологічні заняття (але приходила найпершою кожного разу). Ми говорили про те, що вік не є перешкодою для повноцінного життя, що надбаннями молоді можуть користуватися люди різного віку, що люди поважного віку добавляють у життя тієї стійкої рівноваги, мудрості, які надихають молодь на звернення. Процес відновлення тривав достатньо довго, бо психологічний супротив мав власну користь: коли я безпорадна за мене дбають, це дозволяє довше не брати відповідальність за власні стани, не «включатися» у життя, а просто існувати. Робота з цією учасницею була направлена на пошук внутрішніх ресурсів відновлення. Рубіконом стало заняття, на якому мова йшла про посттравматичний ріст. Учасниці мали можливість поміркувати щодо того, які нові можливості у них з'явилися після переселення, що нового відбувається в житті, чому навчила ця ситуація. Кульмінацією заняття став перегляд короткометражного мультфільму «Пісочник» (Piper) режисера Алана Барилларо (2016). Сюжет мультфільму про те, що маленький пісочник вчиться здобувати собі їжу. Його лякає хвиля, дорослі пісочники, інші мешканці місцевості. Отримавши травмівний досвід, коли його накрила велика хвиля, він помічає, як здобувають їжу маленькі рачки і вчиться у них цьому. Наприкінці мультфільму маленький пісочник здобуває їжу собі, матері та допомагає іншим. Такий собі перехід за межі страху та пошук нових можливостей. Сила духу, впевненість стають запорукою його життєвого досвіду. Лариса під час обговорення переглянутого мультфільму сказала про те, що життя ще продовжується і було б не правильно виключати себе з власного життя. в цьому випадку медіа продукт став відправною точкою та орієнтиром тих змін, до яких була готова учасниця.

Одне з занять клубу «Орхідея» було присвячено ролі підтримки для кожного з нас. Мова йшла про те, що кожен потребує уваги, любові та поваги до самого себе та до інших. На занятті був перегляд короткометражного фільму «Підтвердження» (Validation) режисера Курта Кенні (2007). Фільм показує як люди потребують доброго слова та посмішки від незнайомих, як важливо отримувати тепло від коханої людини та як можна змінити поганій настрій за допомогою привітних інших. При обговоренні учасниці ділилися своїм досвідом самопідтримки та підтримки інших. Говорили про те, що уявлення про те, що

треба зробити щось особливе, щоб допомогти людині, спростовується тим фактом, що іноді іншій людині потрібна лише твоя присутність та підбадьорлива посмішка. Вплив медіа продукту в цьому разі визначається його функцією надання варіативності можливим діям в конкретних життєвих ситуаціях. Медіа індустрія навчає новому досвіду за допомогою метафоричності дій персонажів, коли їх досвід можна привласнити і використовувати у своєму житті.

Отже, вплив медіа продукту на процес відновлення відбувається у таких напрямках:

1. орієнтир напрямку змін
2. закріплення змін, що відбулися,
3. варіативність можливого досвіду,
4. підтримка (соціальна та психологічна) та самопідтримка,
5. опосередкування власного досвіду за рахунок проживання досвіду інших,
6. зниження значимості власного травмивного досвіду,
7. отримання нового досвіду переживання складних соціальних ситуацій.

Відновлення після проживання травмивного досвіду – це тривала робота з використанням різноманітних матеріалів та засобів впливу. Особливостями взаємодії в даному випадку виступають критерії створення безпечного групового простору та системи підтримки й захисту учасницями одна одної. Досвід роботи також підтверджує той факт, що забезпечення успішності відновлення відбувається за рахунок створення сприятливих умов життя групи та наявність взаємоповаги й взаємопідтримки з боку її учасниць. Використання медіа продукту цьому разі підкріплює зміни, формує уявлення про те, що життя продовжується і головне в ньому, що ми вижили.

Ю. С. Чаплінська,

к. психол. н., с.н.с.

*лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти
ІСПП НАПН України, м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ ФІЛЬМАНАЛІЗУ У ГРУПОВІЙ РОБОТІ

Анотація. Автор описує різні підходи до фільманалізу з точки зору групової та індивідуальної роботи. Розглядає теоретичні та практичні аспекти кожного з підходів.

Ключові слова: фільманаліз, психологічний аналіз фільмів, групова робота, практичні вправи.

Останнім часом на теренах України особливою популярністю в психотерапевтичній та тренерській роботі користується фільманаліз. У зв'язку з чим, ми хочемо коротко розглянути деякі з підходів на прикладах групової та

індивідуальної роботи. В залежності від цілей групи можна використовувати різні підходи фільманалізу для досягнення тих чи інших результатів.

Поведінковий фільманаліз

Будь-який фільм це не тільки розвага, а й детальні картини соціальної поведінки людей. Поведінковий фільманаліз буде дуже ефективний в роботі навчальної групи, оскільки продемонструє наглядно тип тієї чи іншої бажаної поведінки, якій необхідно навчитися учасникам групи для досягнення бажаної мети. Наприклад, успішним телефонним продажам.

Для поведінкового аналізу ми, зазвичай, пропонуємо групі переглянути кілька фрагментів з різних фільмів і самостійно провести фільманаліз – з соціально-психологічної точки зору – поведінки та події, зображені в кожному з фрагментів. Учасникам не потрібно критикувати відеофрагменти з точки зору їх цінності як твори мистецтва або як розваги. За завданням учасники мають самостійно виписати ефективні та неефективні моделі поведінки. Потім у груповій роботі проаналізувати виписані критерії та пояснити: мотивацію людей для здійснення певних соціальних дій, психологічні “гачки”, які використовувати герої відео-фрагментів, розписати альтернативи неефективних стратегій; у груповій роботі можна також запропонувати бажаним проаналізувати власні моделі поведінки – описати для групи, що учасник робить в тій чи іншій ситуації та отримати зворотній зв’язок.

Це завдання є досить всеосяжним і зазвичай дається після ґрунтовного теоретичного блоку, оскільки його виконання потребує глибоких знань.

Комунікативний фільманаліз

Цей тип фільманалізу має багато структурних підходів, а саме:

- аналіз вербальної/невербальної взаємодії між героями фільму;
- аналіз транзакцій (доповнюючі, перекреслені, приховані) персонажів під час спілкування;
- аналіз екологічності та «окейності» спілкування;
- аналіз комунікативних бар’єрів;
- аналіз стратегії і практики аргументації;
- аналіз ведення переговорів;
- аналіз неефективних та ефективних моделей комунікації;
- аналіз стереотипів в комунікаційних і когнітивних структурах іт.д.

Як ми бачимо вище, існує дуже багато різних підходів у комунікативному фільмоаналізу, ми описали далеко не всіх з них, скоріше, найбільш поширені. В груповій роботі зазвичай учасників розбивають на групи і дають їм різні завдання, але показують один відеофрагмент. Наприклад, якщо говорити про аналіз транзакцій, то одна група має виділити і записати додаткові транзакції, інша – перехресні, а ще одна – приховані (якщо такі будуть або якщо вони зможуть їм помітити).

Емоційний фільманаліз

В українському суспільстві малорозвинена культура емоційного інтелекту і дуже часто учасники тієї чи іншої групи з великими труднощами можуть

озвучувати свої почуття. Зазвичай на питання “Що ти зараз відчуваєш?”, можна почути відповідь: “Не знаю” або в кращому випадку буде озвучено якісь фізичні відчуття, наприклад, “Щось у грудях давить”, “Живіт скрутив різкий біль” і т.д. Для того, щоб продемонструвати учасникам групи як проявляються ті чи інші емоції або дати їм можливість усвідомити власні почуття (через ідентифікацію себе з медіагероєм) – можна провести емоційний фільм аналіз.

Зазвичай ми пропонуємо подивитися кілька фрагментів або короткометражних фільмів з яскраво вираженою емоційною складовою. Після кожного фрагменту запропонувати учасникам відповісти на запитання, наприклад:

- Які емоції продемонструвати головні герої?
- Як ви дізналися що це саме ця емоція?
- Які її фізичні прояви?
- А як ця емоція проявляється в середині?
- Ви коли-небудь її відчувати?
- Опишіть як вона проявляється у вас?

За допомогою емоційного фільманалізу учасники групи розширюють свій власний емоційний спектр. Дуже часто емоційний аналіз може піднімати глибоко заховані дитячі емоції та проблеми і ставати активатором сильних почуттів, тому він також дуже ефективний в індивідуальній роботі психотерапевта чи консультанта.

Філософський фільманаліз або самоаналіз через фільм

Цей тип аналізу зазвичай дається як домашнє завдання або в процесі проведення групи без перегляду самого фільму. Учасникам пропонується згадати свій улюблений фільм та самостійного його проаналізувати, виділивши *три різні соціально-психологічні особливості*, які, як учаснику здається, працюють у подіях або особах, що зображені у фільмі (наприклад, когнітивний дисонанс, схеми чи стереотипи мислення, самореалізаційні пророцтва, міфотворення, групове несвідоме, деіндивідуалізація, конфліктна теорія, сучасний расизм, прояви сучасної культури чи субкультури, акценти на минулому тощо). Для кожної особливості, яку учасники ідентифікують, необхідно:

а) коротко описати відповідну сцену (як підтвердження визначеної учасником особливості, щоб за цим описом інші люди могли підтвердити її наявність).

б) детально описати саму соціально-психологічну особливість, яку учасник вважає актуальною і на його точку зору головною (така собі червона нитка фільму). Робота учасника тут полягає в тому, щоб продемонструвати, як саме він розуміє цю особливість і як саме він описує її своїми власними словами. Наприклад, не можна просто вказати, що ця сцена ілюструє допомогу, або відповідність, переконання або агресію. Натомість потрібно вказати, яка саме особливість чи аспект допомоги / відповідності / переконання / агресія, і т. д.,

ілюструє сцена. Зокрема, допомога тільки у відповідь на допомогу – чи, навпаки, безкорисна допомога.

Оскільки люди є певним чином дзеркалами в оточуючій дійсності вони помічають те, що є в них самих, тому описані учасниками три головні принципи фільму – є певним відображенням актуальних принципів їм власного життя. Після того як учасники закінчать завдання необхідно запитати їх про те, як ці принципи відповідають їх життю або реалізуються у їх житті, або пов'язані з їх життям. Запропонуйте учасникам подумати і пригадати – коли і як ці принципи прийшли у їх життя.

Отже, фільманаліз є дієвим психологічним засобом, який дозволяє за короткий проміжок часу створити умови для глибинних психологічних змін через ідентифікацію з героєм фільму (для актуалізації власних психологічних проблем), аналізом поведінкових, комунікаційних та емоційних та рефлексію. У зв'язку з обмеженістю обсягу даних матеріалів, ми змогли описати лише чотири види фільманалізу, у подальших публікаціях ми плануємо розширити цей список та більш детально зупинитися на вже згаданих нами підходах.

Н. І. Череповська,

к. психол. н., с. н. с.

лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти

Інституту соціальної та політичної психології

НАПН України, м. Київ

МЕДІАТВОРЧІСТЬ КОМБАТАНТІВ: ТВОРЧЕ МЕДІАСПРИЙМАННЯ ХУДОЖНЬОГО ВОЄННОГО КОНТЕНТУ ТА СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ



Анотація. Медіаторчість є одним із способів емоційної підтримки комбатантів. В роботі медіаторчість представлена як створення медіапродукції

та творче медіасприймання. Творче медіасприймання розглядається як творча інтерпретація переглянутого художнього воєнного медіаконтенту. Творча медіапродукція комбатантів становить аматорське відео. Медіаторчість є ресурсом оптимізації внутрішнього стану комбатантів.

Ключові слова: медіаторчість, аматорська медіапродукція, творче медіасприймання.

Актуальність психологічної, емоційної підтримки комбатантів є незаперечною. Багато хто з військовослужбовців, ветеранів війни більшою або меншою мірою були травмовані війною. Втім можна сказати однозначно, що усі вони отримали негативний досвід війни, який став частиною їхнього життя і часто виражається у неприємних спогадах, пригніченому, нестабільному емоційному стані.

Ми вважаємо, що продуктивна медіаторчість комбатантів і творче медіасприймання художнього воєнного контенту зокрема, може стати запорукою успішної саморегуляції їхніх внутрішніх станів, а також дієвою профілактикою й одним із засобів подолання травми війни.

Декілька слів про медіаторчість. Феномен медіаторчості виник разом 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 проєкційною технікою спричинили 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 – *медіаторчості*. Новітні комп'ютерні технології, інтернет крім того, що поєднали в собі усі функції попередніх медіазасобів, надали людині нові можливості як у споживанні, творенні інформації, так і в опосередкованому спілкуванні. Це сприяло трансформації медіаторчості у новий формат.

Проте медіаторчість – 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 в емоційно-когнітивній сфері людини. Медіасприймання відрізняється від звичайного сприймання тим, що об'єкт медіасприйняття є обов'язково обумовленим конкретним медіазасобом та інформаційним медіапродуктом.

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 нового.

Як зазначалося вище, *продуктивна медіаторчість* передбачає створення образно-сислового продукту за допомогою медіазасобів, який має речову основу (фотокартка, плівка) або цифровий формат, який, за бажанням можна зберегти на цифровому носії (флешці, диску) чи «відпустити у вільне плавання по хвилях» інформаційного простору [3].

Створення будь-якого продукту і медіапродукту у тому числі, забезпечується такими інтелектуальними емоціями, як *натхнення, задоволення, радість, наснага*. Саме ці почуття, властиві творчому процесу людини, підвищують рівень групи ендорфінів, серотоніну у крові – гормонів «радіості», «щастя» й відповідно покращують внутрішній стан людини-творця, як професіонала, так і аматора [2]. Це стосується і комбатантів, медіаторчість яких представлена переважно 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 виражені, властиві саме цій соціально-професійній групі, особливості.

Передусім це переважно *документальний формат* відео, хоча іноді зустрічається і документально-постановочний [6]. За змістом відео майже завжди представлено *воєнною тематикою*: воєнними діями як пересуванням військової техніки, дією зброї усіх її видів, руйнацією об'єктів супротивника; «роботою» військових; буденним життям на війні, воєнним побутом тощо.

Не менш важливою ознакою відео ролику є 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 брутальністю відмічається й *гумор військових*, що цілком зрозумілим: екстремальні умови війни, специфіка професії військових стимулюють цей феномен.

Окремої уваги заслуговує *звук і музика* відео. Звуки грохоту військової техніки «на ходу», працюючої великої зброї, вибухи, стрілянина, голосні команди є досить типовими для аматорського відео комбатантів. Музичне оформлення ролику, як правило, представлено авторською піснею самих військових [7], сучасними популярними українськими піснями, піснями улюблених українських і світових рок-гуртів [8].

Щодо ціннісного аспекту відео комбатантів. Творчий медіапродукт варіює від простеньких, скомпільованих відео роликів до більш складних у структурному і візуальному планах. За своїм образно-сисловим наповненням багато роликів чітко становлять зразок «білої», мілітарної пропаганди, яка славить збройні сили України та її захисників [7]. 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 [6].

У соціокультурному аспекті продуктивна аматорська медіаторчість комбатантів в 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. Самі ж комбатанти вважають аматорське відео колег по зброї більш «правдивим», «справжнім», ніж створене професіоналами (наприклад, дехто з них вважають нереалістичним х/ф «Кіборги»).

У свою чергу, ми маємо розуміти, що *процес продуктивного медіаторчення* комбатантів є важливим і корисним для них самих. Крім гормонів радості і щастя, властивих творчому процесу й які є однією з передумов профілактики бойових стресів, травм війни, медіаторчість оптимізує дозвілля, спрямовує на конструктивну діяльність, сприяє особистісному зростанню особистості.

Тому в роботі з комбатантами, які знаходяться у процесі ресоціалізації бажано проводити творчі групи з продуктивної медіаторчості та медіаклуби творчого сприймання фільмів. Щодо умов створення таких груп комбатантів і передумов проведення занять із застосуванням медіапсихологічних засобів розроблено спеціальні рекомендації і методики [1; 5].

На заняттях з медіаторчості, як варіант можна переглядати відео ролики, створені іншими комбатантами, аналізувати їх зміст і те як вони зроблені в технічному плані. Також можна запропонувати переглянути й обговорити медіатизовані інсталяції з гільз, які створювались військовослужбовцями протягом війни або інші. Враховуючи індивідуальний підхід, для бажаючих підвищити свою компетентність у плані створення відео, в інтернеті можна знайти уроки, лайфхаки на кшталт «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, перфоманси;
3. заохочення, мотивація щодо створення медіапродукції за прикладом інших комбатантів: «якщо вони змогли – зможете і ви!».

Іншою формою роботи є стимулювання особистої непродуктивної творчості – творчого медіасприймання. Так, *творча інтерпретація* художнього воєнного медіаконтенту стимулює здатність особистості до критичного осмислення життєвих ситуацій у фільмі, що дозволяє їй руйнувати стереотипи і надає можливість конструктивно збагачувати власний смисловий досвід через сприйняття життя кіногероя. Внутрішньо «проживаючи» схему чужої моделі поведінки, аналізуючи і обговорюючи її в групі, комбатант може дещо запозичити, дечому навчитися на шляху подолання власної травми. Дана робота

проводиться як у форматі традиційного медіаклубу, так і його модифікованому форматі «ототожнення з кіногероєм» [4].

Важливим моментом є донесення інформації до військових психологів, капеланів, заступників по роботі з особовим складом про те, що медіаторчість, творче медіасприймання є могутнім ресурсом як для профілактики стресів, так і одним із способів протистояння і подолання травми війни комбатантами, з подальшою їх конструктивною адаптацією до мирного життя.

Література:

1. Дідик Н.Ф. Соціально-психологічні передумови використання медіапсихологічних засобів в груповій роботі з дружинами комбатантів / Матеріали науково-практичного семінару «Медіаторчість в сучасних українських реаліях: протистояння медіатравмі». – Київ, 2018.
2. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одарённости. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с.: с ил. – (Серия «Мастера психологии»).
3. Череповська Н. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ. Візуальна медіакультура. – К.: Видавництво «Шкільний світ», 2010. – 128 с.
4. Череповська Н.І. Поглиблення програми розвитку патріотизму молоді: медіаклуб // Актуальні проблеми політичної психології: зб. наук. праць Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, 2018.
5. Череповська Н.І. Програма психосоціальної підтримки ветеранів війни за допомогою медіапсихологічних ресурсів // Актуальні проблеми політичної психології: зб. наук. праць Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. – Випуск № 6 (20). – 2017.

В. І. Шебанова,

*д. психол. наук, доцент, професор
кафедри практичної психології*

Херсонський державний університет, м. Херсон

КІНОТЕРАПІЯ ЯК МЕДІАПСИХОЛОГІЧНИЙ РЕСУРС ЗЦІЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ

Анотація. У тезах акцентовано увагу на необхідності надання психологічної допомоги дорослим, дітям, родинам в ситуації військової агресії. Розглянуто кінотерапія як медіапсихологічний ресурс зцілення особистості. Представлені цілі застосування кінотерапії як медіапсихологічного ресурсу зцілення особистості. Зроблений акцент на особливій цінності кінотерапії не тільки у формі додаткового засобу психотерапевтичної роботи, але й які ефективного засобу психологічної самопомоги.

Ключові слова: кінотерапія, медіапсихологічний ресурс зцілення особистості, психологічна допомога, самопомога.

Впродовж тривалого часу (з 2013 р. і донині) доросле та дитяче населення України знаходиться у травматичній ситуації – в ситуації військової агресії. Суспільство переживає такі події, що порушують базове почуття безпеки, являють собою загрозу здоров'ю та життю, викликають почуття безпорадності, жаху та руйнують звичайний плин життя та життєконструювання. Беззаперечно, що осторонь не залишається ніхто – ні ті, хто ризикує життям на полі бою; ні ті, хто чекає своїх відважних та шляхетних захисників вдома; ні ті, хто вимушені покинути власні домівки та шукати інше житло, місце роботи, навчання; ні ті, хто слідкує за новинами; і навіть ті, хто, як би відсторонюються від всього, що відбувається – все рівно втягнуті у суспільно-політичні процеси і трансформації. Саме тому, необхідність психологічної допомоги дорослим, дітям, родинам в Україні – набуває практично загально масштабу.

На наш погляд, застосування в сучасних українських реаліях кінотерапії буде сприяти не тільки нормалізації психологічного стану травмованої особистості, але й може розглядатися як медіапсихологічний ресурс зцілення особистості.

Кінотерапія (кінотренінг, відео-, арт- терапія) – одна з інтердисциплінарних форм постмодернізму, сучасний напрям групової психотерапії на основі об'єднання «кінематографічного мистецтва» та «психології». Цей метод перетворив «кіно» в ефективний інструмент для самопізнання, особистісного росту та вирішення внутрішньо-особистісних конфліктів (О. О. Баканова, С. В. Березін, Р. С. Емотін, А. Менегетті, А. О. Плєскачевська та ін.) (цит. за В. І. Шебановою) [2].

Фільми (художні та анімаційні), як і казки, історії, притчі, байки, легенди, билини, саги, міфи, анекдоти і сни, містять у собі різноманітні образи та підтексти, як явні, так і приховані. Саме тому, кожна людина інтерпретує фільм по-своєму, через призму власного життєвого досвіду, психологічні особливості, цінності та ставлення до світу та до себе. Коли ми дивимося фільм, ми бачимо героїв, які проживають на екрані «нашу» життєву історію. Ми ніби бачимо себе з боку, бачимо різні способи проживання трагедії та драми, комедії та трагікомедії. Цей досвід входить у наше життя і може дати поштовх до нового розуміння себе, до іншого напрямку в русі життя. В цьому і є суть кінотерапії як одного з напрямків арт-терапії.

Перегляд кінофільму використовується:

- як інструмент, що дозволяє «розширити» свідомість, інтенсифікувати почуття глядача (що сприяє позбавленню від зайвої раціональності культури), розкрити внутрішні резерви особистості, розширити горизонти сприйняття життя (у т.ч. у розумінні краси);
- як засіб ефективної саморегуляції та вирішення внутрішньо-особистісних конфліктів,
- як інструмент налагодження міжособистісних і міжгрупових взаємин;
- як засіб психосоціальної адаптації осіб з емоційними та психічними розладами.

- Перегляд кінофільму, його аналіз та групове обговорення дозволяє учасникам тренінгової (психотерапевтичної) групи:

- виявити у собі приховані ресурси та внутрішню силу, щоб розв'язати свою важку ситуацію;

- почати свій шлях до усвідомлюваних змін у житті;
- подолати невпевненість та знайти нові перспективи;
- пережити горе або втрату;
- переоцінити та скорегувати власні дії;
- звернути увагу на свої особистісні особливості та поведінкові патерни.

Цілі застосування кінотерапії як медіапсихологічного ресурсу зцілення особистості:

- Розвиток здатності до самоспостереження. Стимулювання до прийняття відповідальності за своє життя та за себе (за свої почуття, думки і вчинки), щоб керувати своїм життям з позиції об'єктивного спостереження.

- Розвиток здатності до саморозкриття, щирості у вираженні почуттів.

- Розвиток здатності до співпереживання та можливості бути у контакті з почуттями та смислами інших людей.

- Емоційне переживання (відреагування) та проживання учасниками актуальних на теперішній момент життя ситуацій та проблем.

- Усвідомлення та переосмислення себе та своїх цілей, дій, почуттів, потреб, психологічних проблем.

- Духовне (моральне) зростання.

- Формування позитивного мислення та здатності бачити багатозначність та багатовимірність своїх мотивів і мотивів значущих людей.

- Налагодження міжособистісних і міжгрупових взаємин.

- Допоміжний дидактичний матеріал.

Ми приєднуємося до думки О. І. Копитіна і Б. Корта, які відзначають, що «переваги візуально-нарративного підходу полягають у можливості глибокого і всебічного пророблення психологічного матеріалу на основі активності самого клієнта» [1, с. 50]. Такий підхід дозволяє клієнту самому знайти і розкрити як значення візуальних образів, так і логічні зв'язки між образами.

На думку D. Denborough, складно переоцінити переваги візуально-нарративного підходу при роботі з тими, хто відрізняється від більшості людей своїми звичками, цінностями, поглядами і/або способом життя – з різноманітними маргінальними групами або меншинами, наприклад, з людьми, які мають порушені стратегії харчової поведінки, нетрадиційну сексуальну орієнтацію та інші різноманітні форми порушень у поведінці, які достатньо часто спостерігаються при травматичному стресі [3].

Нині візуально-нарративний підхід розглядається як засіб розвитку особистісних особливостей, досягнення ідентичності (М. Епштейн, О. М. Кочубейник, Т. Сарбін, К. О. Черемних, А. Шюц, О. М. Шиловська та ін.), форма

усвідомлення особистого досвіду (Дж. Брунер, Дж. Гінзбург, Н. Ф. Каліна, Є. С. Калмикова, І. В. Кошова, Е. Мергенталер, М. Уайт, Н. В. Чепелева та ін.), засіб організації особистісного майбутнього і самоконституювання (О. Є. Духніч, М. М. Копотун, Т. М. Титаренко, К. О. Черемних та ін.), метод аналізу міжпоколінної історії (Р. Барт, І. О. Разумова, О. Є. Сапогова та ін.) або корекційний сімейний психотерапевтичний метод (Д. Комбс, Д. Фрідман, Ю. А. Чаусова та ін.). Ми приєднуємося до тих авторів (К. С. Жорняк, Н. В. Чепелева, Дж. Робінсон, Л. Тейлор, Т. М. Титаренко, Д. Фрідман, Г. Комбс, М. Ніколс, Р. Шварц та ін.), які особливу цінність цього підходу бачать не тільки у формі додаткового засобу психотерапевтичної роботи, але і як ефективного засобу психологічної самодопомоги.

Література:

1. Копытин А. И. Техники телесно-ориентированной арт-терапии / А. И. Копытин, Б. Корт. – М.: Психотерапия, 2011. – 128 с.
2. Шебанова В.И. Тренинг нормализации пищевого поведения: Программа психологического сопровождения на пути к свободе от переедания. Практическое руководство / В. И. Шебанова. – Херсон : ПП Вишемирский В. С., 2014. – 394 с.
3. Denborough D (Ed.) Trauma: Narrative responses to traumatic experiences / D. Denborough. – Adelaide: Dulwich Centre Publications, 2006.

*Н. С. Шишко,
аспірантка*

*Інститут соціальної та політичної психології
ІСПП НАПН України, м. Київ*

ЗМІСТОВА І СИТУАТИВНА САМОРЕГУЛЯЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-ПРАКТИК СТАРШОКЛАСНИКІВ: АСПЕКТ ВПЛИВУ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ

Анотація. представлено результати емпіричного дослідження впливу факторів змістової та ситуативної саморегуляції під час здійснення соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників. Встановлено що подібний вплив може бути як негативним, так і позитивним в залежності від цільових стратегій (ескейпічна/прагматична) та врахування індивідуальних особливостей щодо планування діяльності.

Ключові слова: соціальні інтернет-практики, психологічне благополуччя, змістова саморегуляція, ситуативна саморегуляція

Активне розповсюдження Інтернету супроводжується появою нових соціальних практик, які трансформують звичні пріоритети та поведінкові стандарти, змінюють усталені моделі діяльності, а відтак мають потенцію впливу на благополуччя людини в інформаційному суспільстві, особливо в

умовах гібридної війни. Віртуальні практики – відносно новий феномен соціальної реальності, тому є потреба у їх класифікації, визначенні параметрів і характеристик, з'ясуванні особливостей впливу практик на психологічне благополуччя людини. Особливо актуальним є отримання відповідних даних щодо старшокласників, які є однією з найбільш активних груп серед користувачів всесвітньої мережі.

Соціальні інтернет-практики, що відрізняються за змістом мають різний вплив на психологічне благополуччя користувачів [1]. Проте, важливим є також вивчення і врахування саморегуляційних аспектів їх здійснення.

Тож, метою нашої роботи стало визначення впливу цільової (з якою метою відбувається користування тими чи іншими практиками) та ситуативної (планування активності в мережі та дотримання власного плану, наявність поточних станів) саморегуляції соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників.

Концепт "соціальні інтернет-практики" ми розглядаємо як діяльність, що носить рутинний характер і складається зі звичних, повторювальних дій, зміст яких пов'язаний з використанням мережі для розв'язання проблем або підвищення ефективності діяльності в різноманітних сферах життя [2].

Психологічне благополуччя (ПБ) визначаємо як інтегративний показник спрямованості людини на реалізацію потреби в благополуччі, що може суб'єктивно виражатися у відчутті щастя, задоволеності собою та власним життям.

Вибірку дослідження, результати якого частково представлені в даній публікації, склали учні 9-11 класів загальноосвітніх шкіл 7 областей України. В опитуванні прийняли участь 1144 респондента: 458 хлопців та 686 дівчат віком від 14 до 17 років (середній вік 15.56, медіана - 16).

Для визначення саморегуляційного аспекту здійснення практик учасникам опитування необхідно було дати відповіді на окремі блоки діагностичного комплексу, спрямованого на вивчення рівня медіакультури (Л. А. Найдьонова, О.Т. Баришполець, Н.І. Череповська та ін.). Показники психологічного благополуччя респондентів визначався за допомогою методики експрес оцінки ПБ.

Для перевірки гіпотези щодо наявності впливу саморегуляційного аспекту здійснення соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя був застосований метод дисперсійного аналізу, а саме – однофакторний ANOVA.

На основі аналізу отриманих даних було встановлено:

Статистично підтвердженою є наявність зворотної залежності між параметрами зануреності в інтернет-простір (компонент ситуативної саморегуляції) та показниками психологічного благополуччя. Чим в більшій мірі респонденти дотримуються таких параметрів як "Я забуваю власні труднощі та проблеми, коли перебуваю в Інтернеті" ($F=15.716$ $p \leq 0.000$), "Я вважаю, що моє життя буде нудним і порожнім без Інтернету" ($F=21.95$ $p \leq 0.000$), "Віртуальний світ більш привабливий ніж дійсність, що оточує мене" ($F=21.13$ $p \leq 0.000$),

"Коли я в Інтернеті, для мене більш нічого не існує" ($F=31.37$ $p \leq 0.000$), тим менші показники психологічного благополуччя вони мають.

Планування та дотримання власних планів щодо мережевої активності (компонент ситуативної саморегуляції) має вплив на показники психологічного благополуччя ("Я складаю програму того, що буду робити в Інтернеті" ($F=4.782$ $p \leq 0.001$) "Я підбиваю підсумки, оцінюю, наскільки продуктивно провів час" ($F=5.626$ $p \leq 0.000$), "Я повністю виконую заплановане щодо перебування в мережі" ($F=6.184$ $p \leq 0.000$)).

Цей вплив є не лінійним: високі показники у тих респондентів які "ніколи" та "постійно" керуються даними правилами, нижчі – у тих, хто "зрідка" та "часто", найнижчі – у тих, хто "іноді" слідує цим установкам. На нашу думку, подібний V-образний розподіл відповідей є проявом 2 підходів відносно планування власної активності: перший – раціональний – для якого характерне попереднє планування і чітке дотримання власних планів, другий – ірраціональний - гнучкий, характеризується спонтанністю і відсутності потреби у детальних планах. Відповідно – високі показники психологічного благополуччя мають ті респонденти, що більш усвідомлено визначають власні індивідуальні особливості і, відповідно, дотримуються однієї чи іншої стратегії, нижчими є показники тих, хто не має визначеної стратегії.

Мета користування Інтернетом (цільовий компонент саморегуляції) має вплив на психологічне благополуччя користувачів.

Встановлено наявність прямого впливу між такими цілями користування мережею як "Отримання та тренування потрібних навичок" ($F=5.6$ $p \leq 0.000$), "Ознайомлення з новинами" ($F=6.35$ $p \leq 0.000$), "Підтримання дружніх стосунків" ($F=8.525$ $p \leq 0.000$) та показниками психологічного благополуччя. Такі цілі як "Користування інтернетом щоб забути і відволіктися від проблем" ($F=17.26$ $p \leq 0.000$), а також "Наслідування прикладу інших" ($F=22.78$ $p \leq 0.000$) мають зворотній вплив на психологічне благополуччя: систематичне слідування даним цілям призводить до зменшення психологічного благополуччя. На нашу думку, отримані дані свідчать про те, що користування Інтернетом, кероване прагматичною стратегією (розвиток, поінформованість, підтримання стосунків) є більш конструктивним з точки зору впливу на психологічне благополуччя, ніж слідування пасивній ескейпчній стратегії.

Таким чином, можемо констатувати важливість врахування впливу ситуативної та змістової саморегуляції соціальних інтернет-практик з точки зору її впливу на психологічне благополуччя. Встановлено, що зануреність в інтернет-практики, а також пасивна ескейпчна стратегія користування Інтернетом має негативний вплив на психологічне благополуччя старшокласників, у той час як прагматична стратегія користування впливає позитивно. В першому випадку діяльність в Інтернеті спрямована на пасивність та на втечу від проблем, в другому - на активну позицію та якісні зміни (покращення навичок, збільшення обізнаності, розвитку стосунків). Чітке розуміння власних особливостей щодо планування діяльності (раціональність\ірраціональність) та послідовне

слідування відповідній стратегії поведінки під час користування Інтернетом має позитивний вплив на психологічне благополуччя.

Література:

1. Радкевич А. Л. Социальные интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. психол. наук / А. Л. Радкевич. – М., 2009. – 30 с.

2. Шишко Н. С. Особливості впливу соціальних інтернет-практик на психологічне благополуччя старшокласників / Н. С. Шишко // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти» К., 2017 http://mediaosvita.org.ua/mbdb_Cover%20Artists/shyshko-n-s/

О. В. Шиян,

аспірантка лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти, ІСПП НАПН України, м. Київ

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Анотація. У тезах представлені результати фокус-групового дослідження психологічних особливостей діяльності журналістів, в умовах інформаційного протистояння зокрема, та психологічних особливостей медіапрактик журналістів поза професійною зайнятістю, а саме: спілкування у соціальних мережах, сприймання телебачення та радіо.

Ключові слова: журналісти, медіапрактики, соціальні мережі, радіо, телебачення, інформаційна протидія, медіаорганізації, інформація.

Професійна журналістика, основоположною складовою якої є творчість, може стати на перепоні медіатравматизації населення, спричиненої протистоянням на теренах України. Саме тому предметом дослідження є психологічні особливості діяльності журналістів, в ускладнених інформаційних умовах зокрема. Однак, цікавим є також щоденний досвід взаємодії журналістів з медіа як користувачів (хоча подеколи такі медіапрактики переплітаються з професійними обов'язками), адже подібний досвід є джерелом для глибшого розуміння психології журналістів, сприймання ними сфери своєї діяльності, та проблем, які постають перед практиками у роботі.

Мета дослідження: виявити психологічні особливості діяльності журналістів в умовах інформаційної війни та психологічні особливості медіапрактик журналістів поза професійною зайнятістю, а саме: спілкування у соціальних мережах, сприймання телебачення та радіо.

Метод: 2 фокус-групи (березень 2018 р.). Склад учасників: 5 журналістів.

Переваги методу: висока інформативність, доступ до життєвого світу респондента.

Обмеження методу: нерепрезентативна вибірка.

Аналіз результатів: конденсація смислів.

Результати. Журналісти, які взяли участь у дослідженні, зазначають, що самі зрідка дивляться телебачення, а якщо пов'язані з виробництвом теленовин – відчують певну втому від нього. Респонденти надають перевагу «фільмам, цікавим передачам» для естетичного задоволення, переключення свідомості на більш легкі формати; новини переважно читають з Інтернету.

Серед переваг телебачення журналісти виділяють: розвиток кругозору, загальної ерудованості; інформативність, зрозумілість; здатність викликати співпереживання та бути відпочинком. Серед недоліків називають маніпулятивність подачі інформації, подеколи залежність наповнення сітки телеефіру від медіавласників, що потребує переходу організацій до автономної форми виробництва.

Слухати радіо для респондентів – це переважно вид відпочинку, зокрема музичний супровід у поїзді чи вдома. Дехто надає перевагу розмовним жанрам, включно з новинами. Серед переваг радіо вирізняють: ширший спектр думок і точок зору; різноманітніший контент (Богдан, редактор новин у інформ. агенції, 28 років: «Радіо контент-мейкери, щоб хоч якось зацікавити аудиторію, більш вигадливо, все таки, підходять до створення продукту»); оперативність; збереження напряму окремих радіостанцій до культурного просвітництва (аудіокнижки, аудіовистави, ефіри з цікавими особистостями тощо). Також радіо називають «альтернативною нішею для молодих спеціалістів», де журналіст-початківець може розпочати свою кар'єру і професійно реалізуватись. Окремі респонденти вбачають недолік радіо у маніпулятивності, інші – у відсутності візуальної картинки. Для деякого радіо – неактуальне, для деякого – невмируще.

Для журналістів, які взяли участь у дослідженні, *соціальні мережі* є засобом для самореалізації; спілкування з близькими та колегами; для пошуку, розгляду та поширення інформації (Ольга, редактор відділу новин, 21 рік: «соціальні мережі – це аналіз суспільної думки»); Дар'я, кореспондент, 23 роки: «Якщо володіти навичками відшліфування інформації, це спосіб знайти людину, яка розповість її достовірно»).

Також соціальні мережі можуть використовуватись для: відстоювання своїх переконань, цінностей або інтересів у публічному просторі; підтримки однодумців шляхом лайкання та поширення постів, коаліцій у дискусіях; підтримання власної безпеки (Анатолій, тележурналіст, 53 роки: «Завдяки соціальним мережам можуть дізнатися люди, що ти зник... Я щодня роблю дві-три публікації... Коли ти зникаєш, люди, які тебе люблять, вірять, вони починають турбуватися: «А що трапилось?»); відслідковування, як люди змінюються з часом.

Серед переваг соціальних мереж виокремлюють: наявність зворотного зв'язку від аудиторії щодо власних матеріалів, що є полем для рефлексії, зокрема, журналістів-початківців; цікавість; ширший, порівняно з традиційними ЗМІ, спектр думок; високу швидкість поширення соціально значущої інформації.

Серед недоліків вирізняють: забирання вільного часу, зчитування особистих даних, наявність груп та окремих ботів і тролів, які «захаращують» віртуальний простір, надмірну спрощеність спілкування.

Інформаційну війну опитані журналісти сприймають як таку, що розділює суспільство; як комплекс дій, вигідний стороні, що їх запроваджує; як боротьбу кількох сил між собою, на межі якої стоїть Людина.

Трактування вислову «журналіст в умовах інформаційної війни» наступні: він неоднозначний, обізнаний, насторожений, людський, спостережливий, правдивий, небезпечний, професійний, патріотичний, медіа-солдат, необ'єктивний, об'єктивний, особливо важливий, ключовий. Вже з наведених характеристик можна побачити, що серед п'яти респондентів думки щодо об'єктивності журналіста в умовах інформаційної війни розходяться, хоча для всіх він – правдивий, ретельно перевіряє факти та дошукується до першоджерел. Олег, журналіст-розслідувач, 45 років: «Журналіст в інформаційній війні є і ціллю, бо його атакують джерела, і водночас він є зброєю. Від того, як він ці джерела сприйматиме, як він їх переробить, багато залежить. Це, напевне, як у спорті командному: прийнято м'яч і ти потім приймаєш рішення, куди його далі спрямувати».

Крім вищенаведеного, респонденти, виходячи з власного досвіду, називають наступні знання, вміння та якості, які особливо потрібні журналісту в умовах інформаційної війни: уміння якісно обробляти інформацію, аналізувати; ґрунтовні спеціалізовані та базові знання, зокрема, історії України та світу; знання цільової аудиторії та вміння подавати матеріал; «адекватну самоцензуру», на основі розуміння своєї відповідальності; вірність власним принципам; патріотичність; стресостійкість. Останнє пояснюється тим, що під час роботи журналіст пропускає «через себе» великий масив негативної інформації, часто робить відповідальний вибір, може потерпати від переслідувань або перебувати у конфлікті з редакцією. Частина респондентів висловила побажання, щоб у медіаорганізаціях HR-менеджер та психолог мали незалежні функції.

Результати можуть застосовуватись як напрями для подальших досліджень у галузі соціальної психології, психології масових комунікацій, психології журналістики, медіапсихології.

I. Borovynska,

Ph.D. student

Institute for Social and Political Psychology, Kyiv

SUCCESS STORIES OF IDPS AS A RESOURCE OF ADAPTATION AND INSPIRATION FOR OTHER COMMUNITY MEMBERS

Internally displaced persons (IDPs) are one of the most vulnerable groups of people who are affected by the events on the East. Those people were forced to move

from their homes, to change the usual environment and to adopt for the new circumstances.

Most of them lost a lot: property, job, hopes for the better future and even loved ones. They appeared in unknown places confused, frustrated, without any thoughts or plan of further actions.

Of course, media influences IDPs a lot. Unfortunately, this influence is not positive in the majority of cases, because the scenes of destroyed houses, deaths and other pictures of war make people feel frightened, stressed and frustrated.

N. Cherepovska highlights two possible influences of destructive informational media content:

- media informational stress which forward appearance of new trauma – media trauma.
- media informational distress which can be the source of repeated traumatization [6, p. 496].

As O. Pletka mentions in her thesis, viewing of video content which relates to the war events can lead to repeated traumatization. Reactions of the viewers in such cases are grounded not on the real danger, but on the beliefs about it. Person experiences events about which there is only mosaic information. Logical connections between the parts are created by the limbic system. Such missing connections and parts are replaced by fantastic illusive neoformations which are taken by conscious as realistic [4]. Now we can imagine how primary traumatic experience is filling up by the new layers because of consuming media content from the frontline.

Psychologists and other helping professionals are concerned over such outcomes of the influence of destructive media content and now there are a lot of recommendations how to reduce these negative consequences.

But what if there is an opportunity to use media content in a positive way? L. Naydonova notices some positive aspects of media influences. For example, media can be used for:

- communication;
- relaxation;
- education;
- incitement;
- experiments with identification, etc. [3, pp. 215-218].

In our Ph.D. research, we define several social psychological strategies of life successfulness, one of them is actions by the example of someone else. This strategy reflects person's intention to replicate the successful actions of another person to achieve results.

In such case, the media expansion of success stories of IDPs' can be a good opportunity for other IDPs to try their forces in success achieving. How can it work?

First of all, it worth saying that because of stress the biggest part of people who were internally displaced are just waiting for finishing the military conflict and getting back home. They don't take an active position to improve their living conditions, they don't take interest in changing something and they don't use those opportunities that

are given by government and non-governmental welfare funds. But familiarization with success stories of other IDPs can help to change the focus from waiting for the better times to the active move toward changes and achievements.

Secondly, such stories can help to reevaluate a previous life experience. From one hand, it can be a trigger for posttraumatic growth which “is characterized by post-event adaptation that exceeds pre-event levels” [1]. If a person sees an example where someone was able to overcome obstacles despite life circumstances and to achieve success, it could be a good start to think about his or her own previous life and abilities to achieve good results as well. When we see others good results it can be an excellent inspiration for us, because if someone can do it I also can do it.

From the other hand, it worth saying that initial challenge to core beliefs and the subsequent experience of posttraumatic growth is preceded by appropriate cognitive work [2]. There are two types of repeated thinking about the event (also known as rumination): deliberate rumination and intrusive rumination. “Persons engaging in event-related deliberate rumination intentionally think about the event and its aftermath whereas persons engaging in event-related intrusive rumination experience thoughts and images about the event that occur automatically” [2]. Deliberate thinking is focused on the understanding of the experience, finding meaning and producing related life narrative, what can be more conducive to growth than intrusive rumination.

Abovementioned cognitive work leads to the revision of existent values, review of life path and current achievements. Good examples of success achievement of others, to our point of view, can significantly speed up the moving from cognitive work to some actions toward new achievements. This help people to take risk and responsibility for probable consequences [5].

Thirdly, changing the focus and getting the inspiration lead to researching of one’s own needs. A person understands that some changes are needed, that there are positive results of others with the same social status and begins to look for the spheres where he or she can realize one's potential.

The feeling of a community also is a powerful positive outcome of the media expansion of IDPs’ success stories. When you associate yourself with some community, it gives you a great support. It strengthens your intentions and your ability to achieve results because you feel that you are not alone, that around there are a lot of people just like you.

Based on the positive experience of others, a person can create own strategy of success achieving. He or she can reflect some elements of the successful strategy and to develop his or her own elements. In such case, success story can be like an example of the efficient actions.

Next very important stage of achieving success by the example of someone else is taking first steps. This phase can be very difficult because there can be inconveniences between the picture in our head and reality, we can face different obstacles and another unexpectedness. But when we understand that someone before us have already done something that fact can keep us moving forward and try again.

One more sphere where success stories could be helpful is an evaluation of one's own actions. It is obvious that we do not always achieve expected results. Sometimes it is very hard to understand our mistakes because we are in the process or because we don't have enough time for analysis and reflection. In such cases, comparison of our actions and the actions of those who have already achieved good results can have an effect of a cold shower, when we see the situation from the other angle and start to understand our gaps and the reasons of our failures.

The most effective media resources for expansion of success stories of IDPs' and experience exchange, to our point of view, can be:

- interviews of different types: written, audio and video;
- articles and publications in online and off-line sources;
- forums and conferences;
- special community meetings.

Thus, we can see that influence of media on IDPs can have not only negative but a positive effect as well. Success stories of internally displaced persons can be a wonderful source of inspiration, evaluation and push for active actions for other members of the community. Of course, such actions need a high level of media literacy and critical thinking. The person should be able to distinguish true story from false one. He or she also should be able to evaluate one's own situation before the strategy implementation and forecast possible outcomes of own actions.

Literature:

1. Butler L.D., Blasey C.M., Garlan R.W., McCaslin S.E., Azarow J., Chen X.-H., et al. Posttraumatic Growth Following the Terrorist Attacks of September 11, 2001: Cognitive, Coping, and Trauma Symptom Predictors in an Internet Convenience Sample // *Traumatology*. – 2005. – Vol. 11. – No. 4 – P. 247–267.

2. Triplett, K. N., Tedeschi, R. G., Cann, A., Calhoun, L. G., & Reeve, C. L. Posttraumatic Growth, Meaning in Life, and Life Satisfaction in Response to Trauma. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*. Advance online publication. – 2011. Режим доступу:

https://www.researchgate.net/publication/232537411_Posttraumatic_Growth_Meaning_in_Life_and_Life_Satisfaction_in_Response_to_Trauma

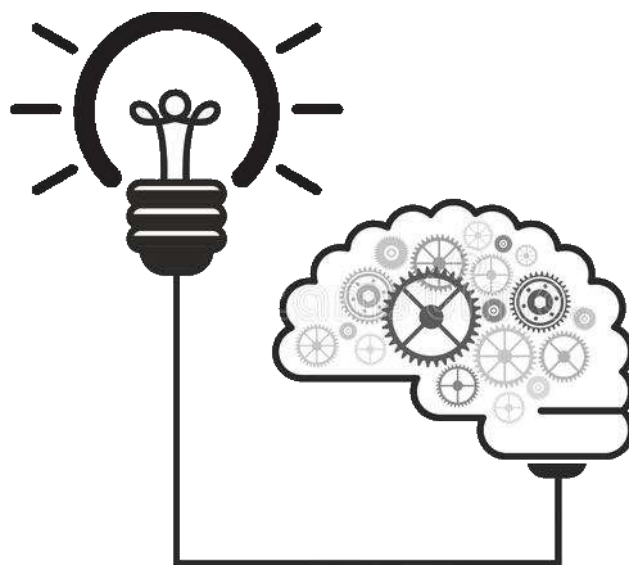
3. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу підручник / Л. А. Найдьонова ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 244 с.

4. Плетка О. Т. Вторинна травматизація: класифікація медіатравм. [Електронний ресурс] / О. Т. Плетка // «Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти»/ Матеріали I Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 20–21 червня 2017 р.). – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://mediaosvita.org.ua/book/materialy-vseukrayinskoji-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-mediattravma-v-umovah-informatsijnoyi-vijny-psychologichnyj-ta-pedagogichnyj-aspekty/>.

5. Фельдман Д. Заново роженные: удивительная связь между страданиями и успехом / Д. Фельдман, Л. Кравец. – Москва: Альпина нон-фикшн, 2016. – 316 с.

6. Череповська Н.І. Медіапсихологічні ресурси соціально-психологічної реабілітації постраждалих від воєнних дій. [Електронний ресурс] / Н.І. Череповська // Збірник статей Четвертої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2016. – С. 491-503 – Режим доступу до ресурсу: http://www.aup.com.ua/ml/Zbirnuk_konf_2016.pdf

2019



ЗМІСТ – 2019

- Вознесенська О. Л.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Медіаторчість як засіб миротворення і опанування колективної травми» 117
- Галченков А. С.**, кандидат педагогічних наук, учитель російського мови та літератури вищої категорії; голова Южно-Російського відділення Асоціації кіноосвіти та медіапедагогіки РФ, Член Експертного ради МОО «Інформація для всіх». **Авдеева Г. В.**, учитель російського мови та літератури вищої категорії МОБУ СОШ №22 г. Таганрога; заступник голови Южно-Російського відділення Асоціації кіноосвіти та медіапедагогіки РФ, Член Експертного ради МОО «Інформація для всіх»
«Реалізація інтегрованого медіаосвіти в школі» 120
- Гурова О.В.**, молодший науковий співробітник Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, м. Київ
«Фабінг: психологічні причини та наслідки» 123
- Ігнатенко О.С.**, середня загальноосвітня школа №2 – загальноосвітній навчальний заклад І-ІІІ ступенів м. Новомосковська
«Дітяча медіаторчість: поради від адміністратора» 125
- Дивак В.В.**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри відкритих освітніх систем та інформаційно-комунікаційних технологій ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» м. Київ
«Медіаосвітні технології в системі відкритої післядипломної освіти» 128
- Колбышева С.И.**, кандидат педагогічних наук, ведучий науковий співробітник лабораторії гуманітарного освіти НМУ «Національний інститут освіти», г. Минск
«Восприятіє кінотекста: психолого-соціальні ризики» 131
- Лакович А. М.**, вчитель української мови та літератури, спеціаліст вищої категорії, старший вчитель. Загальноосвітня школа І – ІІІ ст. №15 м. Мелітополя
«Медіасвіт: переваги й недоліки» 134
- Обухова Н. О.**, молодший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Соціалізація дітей з аутичними розладами з використанням аудіальних медіа в сенсорно збагачених умовах» 136

Тесленко В. М., здобувач, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ

«Особистісно-розвиваючі можливості медіаторчості педагога / учня у подоланні синдрому професійного вигорання / медіатравми» 138

Чаплінська Ю.С., докторант, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Особливості проведення Квест-медіаклубу»..... 142

О. Л. Вознесенська,

к. психол. н., с. н. с.

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,

член ради правління ГС «Національна психологічна асоціація»

президент Всеукраїнської громадської організації

«Арт-терапевтична асоціація» м. Київ

МЕДІАТВОРЧІСТЬ ЯК ЗАСІБ МИРОТВОРЕННЯ І ОПАНУВАННЯ КОЛЕКТИВНОЇ ТРАВМИ

Анотація. Медіа-арт-терапія як можливість самовираження через медіаторчість є ефективною стратегією збереження психічного здоров'я, запобігання медіатравмуванню та зміцненню медіа-імунітету. Створення анімації є інструментом медіа-арт-терапії. Монтаж як етап створення анімаційного фільму дозволяє запобігти дезінтеграції особистості як наслідку психічної травми. Переживання власної екранної творчості як соціальної відкриває для учасників сутнісну цінність і значення медіаторчості в житті. Це – можливість зробити свій внесок в подолання колективної травматизації, розвиток суспільства, вихід на новий рівень розуміння соціальної медіареальності.

Ключові слова: психологічна травма, колективна травма, миротворення, Україна, соціальна реабілітація, медіа-арт-терапія.

Мистецтво як ніколи знаходиться *під впливом соціальних контекстів*. Ідея Миколи Реріха – «Мир через Культуру» – повною мірою виражає нашу думку, що без культури немає миру і лише культура принесе мир. Саме Реріх переніс розуміння миротворчості з площини політики у площину культури. Реріх вважав, що війни є проявом варварства людини, її невігластва, від якого страждає все людство [4].

Поняття «*миротворчість*» має два аспекти: зовнішній і внутрішній, які взаємопов'язані. Перший – це зусилля зі збереження миру в соціумі, другий – зусилля зі збереження миру в собі – розширення свідомості людини, розуміння її тісних зв'язків з природою і духом. Таке розуміння миротворчості дозволяє поєднати соціальне та особистісне, глобальне й індивідуальне, виявляє механізми функціонування суспільства. Не буде миру в душі кожної людини, не буде миру у взаємодії з іншими, не буде прийняття інакшості, толерантності до невизначеності. Саме це дозволяє використовувати творчість взагалі і медіаторчість зокрема з метою миротворення і опанування наслідків психічної травми. А розвиток медіакультури в нашу інформаційну епоху дозволяє впливати не лише на емоційний стан окремої особистості, а й працювати з колективними травмами, переживаннями, поділеними багатьма людьми.

Медіа-арт-терапія, що використовує медіаторчість, як новітній метод допомоги особистості може вказати шлях *опанування колективної травми* і медіатравми – травми, що виникла під інтенсивним впливом медіа-повідомлень,

медіа-контенту, отримана з використанням медіа-засобів, шкідлива для психіки реакція на емоційно значущу подію, що зачіпає значущі сфери існування людини, і яка пов'язана із сильними, стресовими впливами на психіку, загрозою для життя.. Те, що було викликано медіа, може бути і подолано таким саме шляхом. Не можна оминати медіа під час легітимізації травматичних переживань на рівні культури, яка є необхідною на шляху зцілення від травми [2].

Нові медійні пристрої дозволяють створювати неймовірні продукти [1]. Поширення власноруч створеного контенту через мережу інтернет, через соціальні мережі надає людині безмежні можливості для отримання підтримки друзів і навіть незнайомих людей через «вподобання» («лайки»). За думкою Олексія Шульгіна в класифікацію творів мережевого мистецтва за формою і характером замислу входить і *storytelling* / розповідання історій, і звіт про подорож, і, навіть, *self-promotion* [5].

Отже, завдяки інтернет-технологіям медіа-арт-терапія сприяє розширенню комунікативних стратегій та дій людини чи громади. Дозволяє працювати з тими, хто не може за певних причин брати участь в арт-терапевтичній групі, ділитися переживаннями та висловлювати власні думки іншим. Це сприяє соціальній реабілітації людини, створює умови для соціальної активності, що є ознакою *медіа-арту* взагалі, і, таким чином, формує активну життєву позицію особистості. Мультимодальність віртуального простору дозволяє оживити свою історію, свою казку, створюючи анімацію, чи просто його озвучити за допомогою електронної музики.

Ми обрали анімацію як знайомий всім з дитинства вид телеекранного мистецтва, що з'явився на два десятиріччя раніше класичного кінематографу і до сьогодні обумовлює сучасну екранну реальність. В анімації використовується принципово інша організація виробничого процесу ніж у фільмі: зйомка окремими кадрами. Це розширює межі експериментів та можливості втілення вигаданих образів.

Під час завдань з медіа-арт-терапії важливими є не лише спільна творчість і взаємодія, а ще й можливість отримати результат – створити щось прекрасне і поділитися цим з іншими. Це дає ресурс взаємопідтримки та довіри одночасно з усвідомленням і реалізацією власних бажань та потреб, ресурс для інтеріоризації отриманих навичок в життя кожним учасником.

Робота зі створення анімаційного фільму складається з чотирьох етапів: *підготовчого, зйомки, монтажу і перегляду* [3]. Інтеграція знімального матеріалу (окремих фотографій) в цілісний образ, озвучування та музичне оформлення може, з точки зору психологічної допомоги в подоланні наслідків психотравматизації, розглядатися як відновлення цілісного сприймання світу після фрагментації під час травмивної події. Велика кількість окремих фрагментів символізує зруйновану картину світу, що «розколовся». По шматочкам збирається цілісний образ, який має яскраві кольорові відтінки. Під час монтажу відбувається переосмислення травмивних подій і наділення травматичного

досвіду новими смислами. Без переосмислення не є можливим посттравматичне зростання.

Спільна творчість сприяє отриманню досвіду взаємопідтримки, опори, відновлюється цілісне сприймання реальності, де є місце кожному погляду, кожній думці, де можна разом існувати, взаємодіяти та творити. Крім цього, важливим є налагодження взаємодії в командах; усвідомлення вкладу кожного в спільну роботу. Результат є великим ресурсом для учасників спільної творчості. Цей етап є найбільш емоційно позитивним в переживаннях учасників. Окремі кадри, сцени у з'єднанні між собою, музикою та шумами, набувають остаточного смислу у застосуванні анімації як арт-терапевтичного методу можна зазначити, що процес завершується у повноцінному контакті із глядачем; співставленні власних почуттів, передачі задуму тощо. Екранний образ починає існувати не лише в уяві авторів, і набуває смислів, що надають йому глядачі. Відбувається діалог медіа-творця і глядача. Переживання власної екранної творчості як соціальної відкриває для учасників групи сутнісну цінність і значення медіаторчості в сучасному житті. Це – можливість не лише поділитися власними здобутками з іншими, а й зробити свій власний внесок в подолання колективної травматизації, розвиток суспільства, вихід на новий рівень розуміння соціальної медіареальності. Це відбувається тому, що сприймання медійного (екранного) продукту залежить від певних групових характеристик – емоційного єднання, загального культурного рівня групи, підсилення та послаблення емоційних реакцій, групових цінностей. Медіатори є потужними стимуляторами активності складних психічних процесів і породжують співтворчість. Йдеться не лише про створення, а й про творче сприймання створеного спільно продукту.

Література:

1. Вознесенська О. Медіа-арт-терапія: нові можливості інформаційної доби/ Вознесенська Олена // Простір арт-терапії: можливості інтеграції: матеріали XIV Міжнародної міждисциплінарної науково-практичної конференції (м. Київ, 23–25 лютого 2017 р.) / [за наук. ред. А.П. Чуприкова, Л.А. Найдьонові, О.Л. Вознесенської, О.М. Скар]. – К. : Золоті ворота, 2017. – С. 15-21.
2. Вознесенська О.Л., Сидоркіна М.Ю. Арт-терапія у подоланні психічної травми: Практичний посібник / Олена Вознесенська, Марина Сидоркіна. – К.: Золоті ворота, 2016. – 202 с. – Вид. 2е: випр. та доповн.
3. Голубєва О. Є. Анімаційна студія у навчальному закладі / Олена Євгенівна Голубєва. – К.: Шкільний світ, 2012. – 78 с.
4. Дьяченко И. Зов о мире и культуре /Ирина Дьяченко; Международный Центр Рерихов, 2015; [Електронне джерело]. – Режим доступу: <https://www.litres.ru/nikolay-rerih/mir-cherez-kulturu/chitat-onlayn>
5. Медиа-арт. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: <http://visart.info/POST/media.htm>

А. С. Галченко

*к. педаг. н., учитель русского языка и
литературы высшей категории*

*председатель Южно-Российского отделения
Ассоциации кинообразования и медиапедагогике РФ
Член Экспертного совета МОО «Информация для всех».*

Г. В. Авдеева

*учитель русского языка и литературы высшей
категории МОБУ СОШ №22 г. Таганрога*

*заместитель председателя Южно-Российского
отделения Ассоциации кинообразования и медиапедагогике РФ
Член Экспертного совета МОО «Информация для всех»*

РЕАЛИЗАЦИЯ ИНТЕГРИРОВАННОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ШКОЛЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается практический опыт внедрения медиаобразования в образовательные организации Ростовской области, поскольку медиаобразование сегодня одна из ведущих педагогических технологий в современной школе. Оно давно уже определяется как система средств освоения мира вокруг себя. Его потенциал в современной школе заключается в многоаспектном развитии подростков, которые уже с раннего возраста вовлечены в медийное пространство, но, к сожалению, не обладают достаточной медиаграмотностью.

Ключевые слова: медиаобразование, интеграция медиаобразования, умения работать с информацией, проект.

Мы живем в эпоху становления информационного общества, когда одним из основных объектов деятельности человека становится информация. Телевидение, газеты, журналы, Интернет «обрушивают» на головы обывателя, специалиста, профессионала огромное количество самых разнообразных, подчас противоречивых сведений. Умение найти и отобрать среди них необходимые, подойти критически, обработать для решения конкретной задачи – вот необходимые компетенции современного человека. Поэтому одной из глобальных задач школы, прописанных в ФГОС, является воспитание информационной культуры обучающихся.

«Во всем мире уже оценили значение медиаобразования школьников, причем не только в контексте ранней профессиональной ориентации, но и как комплекса дисциплин, позволяющих будущим гражданам научиться эффективно читать газеты и журналы, смотреть телевизор, работать с новыми информационно-коммуникационными технологиями. Этот комплекс навыков

является залогом того, что... ученики смогут занять достойное место в информационном обществе» [1].

В формировании навыков работы с различными видами информации большую роль играет внеурочная деятельность по предмету.

На протяжении нескольких лет в Морско-Чулукской школе в рамках внеурочной деятельности ведутся такие предметы, как «Газетная журналистика», «История медиакультуры», «Технологии медиаобразования в школе», «Медиаобразование на материале рекламы», «Медиаобразование старшеклассников на материале кинопрессы», «Основы журналистики». Ежегодно ребята из самых разных классов (с 5-го по 9-й) не только учатся анализировать медиапродукты, но и создавать, защищать свои.

Члены кружка «Бригантина», который уже много лет существует в школе, осуществляют долгосрочный проект по выпуску школьного журнала научных и творческих работ как органа школьного самоуправления. В процессе подготовки номеров школьники приобретают первичные навыки по сбору, обработке и распространению информации, изучают основные правила создания газетных материалов разных объемов и жанров (публицистические статьи, интервью, художественные тексты в прозе и поэтической форме, фотоматериалы, ребусы, шарады и т.п.). Помимо этого, ребята знакомятся с технологическими этапами организации выпуска журнала, приобретая профессиональные компетенции: планирование, работа с различными источниками информации, умение находить актуальные темы, оперативно и в срок готовить материалы для номера, создание макета страниц, анализ номера на редакционной летучке, внесение корректорской правки. Один из выпусков школьного журнала был представлен на конкурсе школьных СМИ.

В МОБУ СОШ № 32 г. Таганрога школьники принимают участие в конкурсах самого различного уровня. Так, на Региональном конкурсе социальной рекламы работа ученицы 9 класса отмечена дипломом, а на областном конкурсе в номинации «Программный продукт» работа одиннадцатиклассника, создавшего электронный учебник по созданию сайтов, была отмечена Дипломом II степени.

Группа старшеклассников приняла участие во Всероссийском конкурсе «Человек в истории. Толерантность». Их работа по Холокосту была оформлена виде сайта, на котором помещен снятый и смонтированный самими учащимися документальный фильм с воспоминаниями жителей Таганрога о преследованиях фашистами евреев. При работе над проектом школьники изучили, переработали большое количество литературы: В. Гроссман «Жизнь и судьба», Е. Евтушенко «Бабий яр», Э. Иоффе «Евреи. По страницам истории», «Русская литература о Холокосте. Хрестоматия для учащихся», С. Погорельский «Русские и евреи: шанс договора», Г. В. Клоков «История Холокоста на территории СССР в годы

Великой Отечественной войны», М. Гефтер «Эхо Холокоста», Р. Левин «Мальчик из гетто», Стефан Брухфельд и Пол А. Левин «Передайте об этом детям вашим», И. А. Альтман «Холокост и дело Еврейского антифашистского

комитета», Т. М. Отерштейн «Евреи Таганрога», Историко-литературный альманах «Вехи Таганрога № 18». В процессе работы над проектом учащиеся научились не только отбирать различные виды информации, но и структурировать ее для создания гипертекста, сценария фильма. Процесс создания сайта, фильма позволил проявить творческие способности ребят, самореализовать себя. Проект был отмечен Благодарственным письмом от организационного комитета конкурса.

Хотелось бы привести еще один пример проекта с использованием медиаресурсов – исследовательскую работу старшеклассницы «Космороботы сегодня и завтра», посвященную достижениям и проблемам развития отечественной робототехники. Данный проект был оформлен в виде презентации. В процессе работы над проектом были использованы научно-технические, публицистические статьи, видеоматериалы телепередач, документальные фильмы, предоставленные ЮФУ ТТИ. От создателя презентации потребовалось умение обрабатывать не только текстовую, но и видеоинформацию, создавать звуковую запись в цифровом формате. В городском конкурсе творческих работ школьников проект был отмечен Дипломом I степени.

Еще одним из ярчайших примеров реализации медиаобразования в условиях современной школы является участие и победа обучающихся МОБУ СОШ № 32 г. Таганрога и МБОУ Морско-Чулеской ООШ в региональном конкурсе медиапроектов «Моя Россия», который проходил на кафедре педагогики и социокультурного развития личности Таганрогского института им. А.П. Чехова (зав. кафедрой и организатор конкурса кандидат педагогических наук, доцент И.В. Чельшева).

Необходимо отметить, что в процессе реализации проектов принимали участие и учителя (информатики, русского языка и литературы, истории), но только в качестве консультантов, рецензентов.

Это только несколько наиболее ярких примеров, демонстрирующих возможности медиаобразования в контексте воспитания творческих личностей, способных адекватно воспринимать информацию, отбирать необходимый материал, структурировать его. Подобные проекты играют немаловажную роль и в патриотическом воспитании школьников, причем не только создателей, но и зрителей, ведь с этими проектами ребята выступают на общешкольных мероприятиях, ученических конференциях.

заключение хочется отметить, что приведенный опыт работы охватывает только одно из направлений работы в области медиаобразования. В школах накоплен огромный опыт использования медиаобразовательных технологий и в урочной деятельности, а также при реализации общешкольных воспитательных проектов, повышения квалификации педагогических работников. Намечена серьезная работа по медиаобразованию детей дошкольного возраста.

Литература:

1. Стечкин И. В., Олеринская Д. А., Круглова Л. А. Медиаобразование в школе: школьный интернет-портал. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2009. – 40 с.

О. В. Гурова

м. н. с.

Институту психології імені Г.С.Костюка

НАПН України, м. Київ

ФАБІНГ: ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

Анотація. Виступ присвячено психологічним проблемам медіатравматичних інформаційних впливів та видів кіберзалежностей. Розглядається поняття фабінгу. Встановлено, що фабінг негативно впливає на саморозвиток і самоактуалізацію особистості.

Ключові слова: фабінг, психологічна залежність, кіберзалежність, освітній простір, самореалізація особистості, саморозвиток, інформальна освіта, базові потреби.

У наші часи важко уявити людину, яка не користується гаджетами. Смартфон – зручний і легкий засіб комунікації. Там є новини, соціальні мережі, месенджери, електронна пошта, кіно, прогноз погоди, гороскопи, навчання, всілякі ігри та інше, що привертає увагу, точніше - міцно хватає її на гачок залежності.

Цивілізація невпинно розвивається. В тренді – швидкість обміну інформацією. В соціальному обміні цінністю стає намагання буди швидше, бути першим. Так чи інакше, ми всі піддаємось інформаційним впливам і намагаємось, так би мовити, встигнути за часом, новинами, новими технологіями. І ця тенденція впливає на нашу психіку. На перший план виходить кліпове мислення, яке докорінно змінює стратегії обробки інформації та сприйняття світу. При цьому страждають як аналітичне мислення, так і, насамперед, стосунки.

Нібито нічого страшного, всі ми часто хочемо бути в курсі справ, не пропустити важливі повідомлення і тому користуємось смартфоном чи планшетом, а мейли чи повідомлення легше і швидше відправляти у різні куточки світу, з'являються нові можливості для комунікації та освіти засобами медіа. Освіта здобуває нові потужні можливості. Інформаційні потоки лавиноподібно збільшуються та транслиюються усіма медіазасобами. Ресурсів та можливостей неформальної та інформальної освіти стає набагато більше. Все було б добре, якби не ефект, який виникає, коли як людина розмовляє вами і часто заглядає у свій телефон. Уявіть таку ситуацію. Що ви відчуваєте? Обурення, роздратування, ревність, гнів, збентеження, безглуздість ситуації, якась незручність, зневажливе ставлення співрозмовника до вас. Значить перед

вами один із проявів кіберзалежності – фабінг. Термін Phubbing – не новий, використовується з 2012 року та складається з двох англійських слів: phone і snubbing, що перекладається як «телефон» та «зневага». Тобто фабінг – це активне нав'язливе використання телефону під час спілкування, патологічна залежність від гаджетів.

Приведемо деякі ознаки фабінгу, одного з проявів синдрому нав'язливості, які будуть корисними для психологічної діагностики:

- Скролінг стрічки новин без якоїсь наявної мети;
- Тривога пропустити щось нове в мережі;
- Їжа разом з гаджетом та уникання спілкування заради віртуального світу, відчуження;
- Постійне тримання телефону у руці чи в кармані;
- В розмові часто виникає бажання показати щось нове із інтернету чи постійна перевірка смартфона
- Втрата вільного вибору користуватись гаджетом чи ні в даний час
- Відчуття подібне до «ломки»: втрата уваги, цікавості до оточуючого світу, відчуття роздратування, зниження настрою, нудьга, якщо забути телефон чи не мати можливості скористуватись ним «тут і зараз»
- Гнів, роздратування, збентеження, зневага до себе у контрпереносі.

Причини виникнення будь-якої психологічної залежності відомі. Одна з основних – це спосіб уникнення, відходу від чогось важливого: особистих проблем чи труднощів у відносинах, різних тривог та страхів, наприклад самотності чи смерті, психічного болю, сильних почуттів, тощо.

До того ж, фабінг, як форма прояву кіберзалежності, має зв'язок із «синдромом втрачених можливостей» – соціокультурним феноменом, так би мовити побічним ефектом цивілізаційного тренду діджиталізації. Він проявляється у безкінечному страху, що життя «проходить повз» і ти можеш пропустити якусь можливість, наприклад, новину у соцмережах чи подію, яка проходить, між іншим, не в тебе. До цього синдрому, до гальмування швидкості соціального обміну, який відчувається суб'єктивно, призводить брак компетенцій в спілкуванні, проблеми з прийняттям рішень, незадоволенні потреби у спілкуванні, прийнятті, приналежності до соціальної групи, знаннях, невпевненість у собі, відсутність навички розрізняти свої почуття та спиратись на них. Великі об'єми інформації, підсилені мультимедійними ефектами та інноваційними технологіями, здатні розсіювати увагу в неструктурованому просторі інформальної освіти.

Отже, фабінг негативно впливає на саморозвиток і самоактуалізацію особистості. Такий вид кіберзалежності призводить до негативних наслідків – руйнуються відносини, часто суб'єктивно відчуваються втома та ефект «перевантаження» інформацією, з'являється обмеженість чи відсутність вибору поведінки у конкретній ситуації, ускладнюється емоційний фон та життя людини в цілому.

Профілактикою формування фобінгу може бути планування днів без гаджетів, прояв вольового зусилля в упорядкуванні програм у смартфоні і перенесення деяких в інший режим, відключення непотрібних додатків, які турбують сигналами чи повідомленнями, відключення самих сигналів чи блокування можливості повідомлень, відмова від онлайн ігор, введення корисної традиції не користуватись (чи обмежити у часі та кількості) гаджетами при спілкуванні чи на відпочинку.

Зосередження уваги на оптимізації особистісних стратегій самореалізації, які збалансують конкуруючі, конфліктні цілі життя, може допомогти зосереджувати увагу на дійсно потрібному, робити усвідомлений вибір, в тому числі в контексті неформальної та інформальної освіти, та підвищити психічне благополуччя.

Корисно намагатись розуміти, що важливо саме для вас, частіше робити те, що подобається, спиратись на свої відчуття у процесі (запах, колір, звук, тощо) та на почуття, які виникають.

О. С. Ігнатенко
*середня загальноосвітня школа №2
загальноосвітній навчальний
заклад I-III ступенів
м. Новомосковськ*

ДИТЯЧА МЕДІАТВОРЧІСТЬ: ПОРАДИ ВІД АДМІНІСТРАТОРА

Анотація. У статті охарактеризовано напрямки медіаосвіти учнів закладу освіти, розкрито психолого-педагогічний потенціал дитячої медіаторчості, викладено власний досвід управлінської діяльності.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаторчість учнів, медіатексти, інтеграція навчання, проектування освітнього середовища.

Щодня все більше дорослих та дітей стають членами іншого, віртуального суспільства, де вирує своє особливе життя. Цей факт насторожує освітян – віртуальний світ приховує низку небезпек, оскільки є середовищем масових маніпуляцій, психічної та фізичної прив'язаності до гаджетів, абстрагування від реальності та кібернебезпеки.

Але, не потрібно забувати, що віртуальний світ ніколи не замінить справжнього живого спілкування. Задача освітян – пошук альтернатив віртуальному світу. І тут актуальності набуває залучення дітей шкільного віку до медіаторчості.

Розглянемо особливості організації медіароботи в нашій школі.

Одним із складників шкільної системи медіаосвіти є, звичайно, медіаосвіта учнів.

За рахунок годин варіативної складової освітньої програми у школі працюють 8 курсів медіаосвітнього спрямування, до яких залучено 130 учнів, що складає 31% від загальної кількості школярів. Курси різноманітні: від «Я у медіапросторі» для учнів початкової школи, «Цифрової фотографії» для учнів середньої школи до «Медіакультури» старшокласників. Всі програми мають гриф Міністерства освіти та науки України, розміщені у вільному доступі на сайті Академії Української преси.

Тому рекомендуємо йти в ногу з вимогами часу. Пам'ятайте, що автономія закладу у виборі варіативної складової – один з перспективних напрямів розвитку медіаосвіти.

Інтегроване навчання в умовах Нової української школи – це можливість формувати такі цінні навички як творчість, адаптивність, критичне мислення та співпраця. Сьогодні інтеграція навчання, на жаль, не є звичною для школи. Але, досвід проведення інтегрованих занять педагогами нашого закладу, свідчить про неабиякий інтерес учнів до них. На таких уроках вони відкриті, емоційні, творчі, із задоволенням створюють медіапродукти.

Наприклад, учні 11 класу на уроці хімії «Ван Гог and хімія» успішно створювали креалізовані тексти: інфографіку «Ван Гог: життя у цифрах»; хронологічну шкалу «Історія фарби»; епістолярну проекцію «Ван Гог: знайомий і незнайомий».

Учні 9 класу із задоволенням займалися фотозйомкою архітектурних та історичних пам'яток нашого міста для інтегрованого заняття з математики, медіакультури та мистецтва «М³». Критичний погляд старшокласників дозволив мистецтву заграти кольорами математичної веселки – поняттями різних видів кутів, ліній, графіків функцій, властивостей прямих.

Родзинкою уроку літературного читання у 3 класі «Літературна байка Леоніда Глібова» стало складання мальованого плану до художнього твору, що дозволило детально проаналізувати текст, проявити неабияку уяву, емоційно передати зміст байки «Коник-стрибунець».

Результатом вивчення учнями 8 класу історії українського козацтва в межах міжпредметного заняття став дуже цікавий лепбук «ЕК: енциклопедія козацтва».

Ретро- та сучасні фотографії нашого міста, зібрані учнями 7 класу, дозволили вдало поєднати історичне краєзнавство та мистецтво на занятті «Капсула часу».

Не бійтеся шукати нове, експериментувати, поєднувати непоєднуване. Медіаосвіта відкриває для цього широкі можливості!

Проектування освітнього середовища – це різноманітність форм партнерської взаємодії педагогів та учнів. Реалізація проектів під час уроків унормована державними стандартами та навчальними програмами.

Також учні нашого закладу освіти беруть активну участь у Всеукраїнських заходах, які перетворюються на масові шкільні медіаакції: яскраві, креативні, сучасні.

Наприклад: «Наймасовіший урок добра» про толерантне ставлення до тварин; заняття «Інтимні селфі в Інтернеті: жарт чи ризик?» до Дня безпечного Інтернету; інтегроване заняття «Мова – діамант нації» до Дня рідної мови; Всеукраїнське заняття з пошуку фактів «Не віррр – перевіррр!»; найбільший урок у світі з гендерної рівності; Всеукраїнський он-лайн урок до Дня Європи; Всесвітні Дні української вишиванки, Землі, водних ресурсів тощо.

Дитячі емоції, враження, критичний погляд на проблеми мають ефект довгого хвоста у медіаторчості. Учні складають сенкани; пишуть есе; створюють лепбуки, анімацію, відеоролики, буктрейлери; малюють мандали; оформлюють розмальовки; укладають тематичні хештеги, пости на сторінках Instagram та Facebook.

Радимо заходити на сайти міжнародних, громадських та державних організацій, освітянські платформи; шукати, обирати, долучатися до масштабних заходів та акцій.

На наше глибоке переконання, найвищий рівень медіаторчості – це участь школярів у конкурсах медіаосвітнього спрямування різних рівнів.

У 6 конкурсах лише цього навчального року – 73 учасника і призера, що складає 18 % від загальної кількості учнів. І справа не в кількості створених медіапродуктів, а в зацікавленості дітей, можливості знайти себе і презентувати спільноті.

Тож, не чекайте телефонограм, шукайте у медіапросторі інформацію про конкурси, слідкуйте за оголошеннями та створюйте умови для розвитку медіаторчості Ваших учнів.

Аналізуючи результати медіароботи закладу освіти, зазначаємо наступне:

Сучасні цифрові пристрої дають дитині можливість реалізувати себе не тільки у якості глядача, але й безпосередньо увійти до лабораторії медіаторчості.

В активі школи маємо низку учнівських медіатекстів: фотографій, відеороликів, анімаційних фільмів, есе, буктрейлерів, постерів-мотиваторів.

Учнівські медіатексти є засобом розвитку творчої, критично мислячої особистості.

Наші медіапродукти «не лежать на полиці», а розміщені у відкритому доступі на блозі «Шкільний медіакомпас» і використовуються педагогами на уроках та виховних заходах.

Медіаторчість захоплює учнів та дозволяє вирішити освітянам низку психолого-педагогічних завдань: профілактика психоемоційних порушень і можливість відновити ресурси дитини; балансування розвитку дитини через навантаження багатьох сенсорних систем; пошук себе у реальному світі та інше.

Школа №2 м. Новомосковська завжди відкрита для співпраці. Заходьте на наш блог «Шкільний медіакомпас», шкільну групу на Facebook. Переглядайте родинки дитячої медіаторчості та використовуйте їх у своїй роботі.

В. В. Дивак
к. педаг. н., доцент,
доцент кафедри відкритих освітніх систем
та інформаційно-комунікаційних технологій
ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», м. Київ

МЕДІАОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ВІДКРИТОЇ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ

Анотація: Матеріали розкривають поняття медіаосвітніх технологій, презентують основні їх види та висвітлюють практичні сторони їх застосування в освіті.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаосвітні технології, післядипломна освіта

Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації. Медіа вже стали невід'ємною частиною загальної культури людства, що створює нові виклики у науковій психологічній спільноті й вищій освіті.

З розповсюдженням у світі нових інформаційних і технічних засобів навчання закладах вищої освіти склалися передумови появи і розвитку нового напрямку в освіті – медіанавчання, що ґрунтується на медіаосвітніх технологіях.

Поняття *«медіаосвітні технології»* розглядають як засоби організації діяльності із застосуванням медіа для досягнення педагогічних цілей.

Останнім часом дуже часто вживаються терміни «технологія», «інформаційні технології», «інформаційно-комунікаційні технології», «медіа технології», незважаючи на відсутність єдиних трактувань і визначень.

Технологія (з гр. *téchne* – мистецтво, майстерність, уміння й *logia* – вивчення) – сукупність методів та інструментів для досягнення бажаного результату; спосіб перетворення наявного на необхідне.

Медіаосвітні технології також можна класифікувати на апаратні та програмні групи засобів. До *апаратних засобів медіаосвітніх технологій* віднесемо:

- 1) основні: комп'ютер, мультимедіа-проектор, маніпулятори (мишу, клавіатуру тощо),
- 2) додаткові: пристрої CD і DVD, відеоплеєри, аудіоплеєри, відео-аудіозаписувальні пристрої, акустичні системи.

До *програмних засобів*, застосування яких є актуальним і доступним у процесі викладання філологічних дисциплін, віднесемо мультимедійні додатки і засоби створення мультимедійних медіапродуктів.

Мультимедійні програми передбачають: мультимедіа презентації, мультимедіа доповіді, електронні мультимедіа видання та мультимедійні інтернет-ресурси.

До засобів створення мультимедійних продуктів віднесемо: програми створення і редагування презентацій, відеоредактори, редактори зображень, звукові редактори, програми для реалізації гіпертекстів, розміщені локально на комп'ютері та онлайнві аудіо-і відеоредактори, інтернет-платформи для створення блогів та електронних сторінок.

Медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної ефективної взаємодії з сучасною системою мас-медіа, з урахуванням як традиційних (друкованих видань, радіо, кіно, телебачення), так і новітніх (комп'ютерно опосередкованого спілкування, Інтернету, мобільної телефонії) медіа, зважаючи на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій.

Медіаосвітні технології супроводжують людину давно. Умовно їх поділяють **на п'ять тунів**: ранні (писемність), друковані (друкарство, літографія, фотографія), електричні (телеграф, телефон, звукозапис), масмедіа (кінематограф, телебачення), цифрові (комп'ютер, Інтернет).

Детальніше з цією системою поділу медіаосвітніх технологій можна ознайомитися і практично відпрацювати на прикладі онлайн-гри «Медіазнайко», сайт Академії української преси, розділ «Медіаосвіта». – режим доступу до джерела: <http://www.aup.com.ua/mediaosv/online-gra-mediaznajko/>.

Як приклад тема № 2 «Історія ЗМІ». Завдання: розташувати іконки за часовою шкалою так, щоб показати етапи розвитку медіа



Однією з перспективних технологій медіаосвіти нині є **3D-моделювання**. Програми для тривимірного моделювання допоможуть перетворити цікаві нариси у красиві прототипи і моделі, які потім можна буде використовувати в найрізноманітніших цілях. Суть моделювання полягає в тому, щоб створити вигаданий предмет в об'ємному вигляді. Така робота з кожним днем набуває все більшої популярності. І це не дивно, адже вона цікава і досить високооплачувана. Щоб створити подібну модель, необхідно дотримуватися певного плану дій.

Використання 3D-технологій в освітньому процесі дасть змогу суттєво підвищити їх ефективність завдяки наближенню віртуального комп'ютерного середовища до реального тривимірного світу. Так, за допомогою 3D-друку можна створити тривимірну модель будь-якого виробу на комп'ютері та протягом короткого часу отримати повноцінний фізичний об'єкт, що відповідає заданим параметрам.

Цікавою є пропозиція розробника mozaWeb щодо 3D-моделей та сцен з освітньою метою. Більш детально ознайомитися з функціями та моделями можна за посиланням: <https://www.mozaweb.com/uk/>

Платформа Mozaik надає можливості створення, перегляду 3D моделей та інтерактивних книг тощо.



Отже, запровадження медіаосвітніх технологій в освітній процес здобувачів освіти є актуальним завданням педагогіки вищої школи на шляху побудови єдиного європейського освітнього простору. Потреба формування медійної

культури педагога має професійні й суто прагматичні – життєві – мотиви. На наше переконання, в умовах післядипломного навчання педагога – це може стати значущим чинником для розвитку його творчого потенціалу та професійної мотивації.

Література:

1. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: [навч. посіб.] / І.М. Дичківська. – К.: Академвидав, 2004. – 352 с.
2. Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
3. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання. Науково-методичний посібник / О.І. Пометун, Л.В. Пироженко. За ред. О.І. Пометун. – К.: Видавництво А. С. К., 2004. – 192 с.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська та ін. 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58с.
5. Онкович Г.В. Медіапедагогіка. Медіаосвіта. Медіадидактика / Г.В. Онкович // Вища освіта України. – 2007. – № 2. – С. 63–69.

С. И. Колбышева,

канд. педагог. наук, в.н.с.

лаборатории гуманитарного образования

НМУ «Национальный институт образования», г. Минск

ВОСПРИЯТИЕ КИНОТЕКСТА: ПСИХОЛОГО-СОЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ

Анотація. Автор акцентує увагу на ролі глядача в процесі сприйняття кінотексту; розглядає характеристики кінотвори, що впливають на свідомість підліткової аудиторії; виділяє основні функції кіномистецтва і аналізує особливості їх реалізації в сучасному інформаційному середовищі.

Ключові слова: кінотекст, кіносприйняття, кіноаудиторія, кіноестетичний досвід.

Аннотация. Автор акцентирует внимание на роли зрителя в процессе восприятия кинотекста; рассматривает характеристики кинопроизведения, влияющие на сознание подростковой аудитории; выделяет основные функции киноискусства и анализирует особенности их реализации в современной информационной среде.

Ключевые слова: кинотекст, киновосприятие, киноаудитория, киноэстетический опыт.

В системе художественного образования в последние десятилетия отмечается тенденция усиления роли личностного начала (то есть, личностного выбора и личной активности воспринимающего) при взаимодействии человека с

произведением искусства. Повышение роли реципиента (читателя, слушателя, зрителя) обусловлено спецификой существования и функционирования искусства в культуре современного общества. Среди специфических явлений, заметно повлиявших на теорию художественного восприятия, выделяется массивная культура, приведшая к изменению подходов к пониманию искусства (встреча с художественным произведением не как событие, а как явление повседневности [1]) и способов его подачи и воздействия на зрителя (ориентация на массовый эстетический опыт [1]). Перечисленные изменения позволили сфокусировать научное внимание на ожиданиях реципиента, уровне его восприятия и интенции к пониманию искусства и в целом на уровне его художественной подготовленности. Новые акценты актуализировали эмоциогенные компоненты художественного творчества (интерактивность, интертекстуальность и визуальность), которые способствуют активному потреблению художественных текстов вне зависимости от его художественного уровня.

Широкое распространение эмоциогенных компонентов в художественной культуре привело к очевидной популярности и востребованности искусства кино. Кинотекст, в отличие от произведений иных видов искусства, располагает всем спектром средств выразительности, подключающим воображение зрителя к киноповествованию и ускоряющим его реакцию на экранный образ. Ярко выраженная суггестивная функция средств киновыразительности (динамический образ, монтаж и др.) захватывают не только осознаваемые, но и неосознаваемые пласты психики человека. Кинопроизведение, обладая высокой способностью к эвокации эмоционального состояния у реципиента, вызывает у него почти мгновенную эмоциональную реакцию. В первую очередь включается первичная мотивационная система воспринимающего, реагирующая на специфические «кинораздражители», и отражающая его эмоциональное состояние.

По мнению многих исследователей это может быть, как позитивное состояние, стимулирующее и подкрепляющее творческую активность человека, так и состояние разрушающее, дезориентирующее и дезорганизирующее личность.

Проблема влияния кино на зрителя, в особенности на подрастающее поколение, вызывает интерес у широкого круга специалистов. Представители психолого-педагогических наук, беспокоясь, в первую очередь, о психическом здоровье юных зрителей, анализируют качество эмоционального и интеллектуального уровня кинопродукции. Отрицательно окрашенные киноявления, доминирующие в современном кинематографе, возбуждают отрицательные эмоции, и их преобладание приводит к психосоматическим расстройствам растущей личности; тематическое и жанровое многообразие кинопродукции «подстраивается» по потребности массовой аудитории; популяризация фильмов, не требующих от зрителя перцептивной активности, направлена, в основном, на реализацию развлекательной и рекреационной функций. Эти и многие другие характеристики свидетельствуют о том, что

познавательная и креативная функции киноискусства в настоящее время остаются не востребованными.

Вместе с тем нельзя не отметить ряд объективных факторов, обуславливающих выбор произведения киноаудиторией. Подросток, находясь в группе идентичности с уже сформированными киноэстетическими предпочтениями (тема, киножанр, режиссер, актер/актеры и др.), не может «отключить» себя от кинопотребления, поскольку без участия в выбранной им группе сложно существовать в современном мире [2]. Подростковая аудитория стремится к коммуникации, и кино в этой коммуникации становится своеобразным «социальным клеем» [3] между отдельным подростком, группой идентичности и социальной средой. В данном случае реализуется адаптивная функция киноискусства.

В ряде случаев подросток конструирует новую (или достраивают имеющуюся) картину мира, фокусируя свою энергию на несуществующих в реальности событиях (рассматривая их как идеальные) и идентифицируя себя с киногероями (рассматривая их как «причину себя»). В данном феномене, особенно заметном в настоящее время, выделяется компенсаторная функция кинематографа, обеспечивающая зрителю удовлетворение потребности в реализации своего индивидуального «Я», позволяющая зрителю убежать и от себя, и от насыщенной проблемами реальной жизни в вымышленный мир, в котором его ждут «эмоциональный комфорт, защищенность, возможности для самореализации, наличие осмысленной цели, ощущение свободы, отсутствие рамок и ограничений» [3, с. 15-16].

Однако, при реализации адаптивной и компенсаторной функций кинематографа, решаются преимущественно психолого-социальные проблемы личности. Кинопродукция для этого отбирается с невысоким уровнем сложности, узким ценностно-смысловым пространством, рассчитанным на организацию досуга и развлечение. Интересы зрителей постепенно подавляются, становятся привычными так называемые фоновые кинопросмотры, теряется ориентация в кинопространстве, что влечет в конечном результате трансформацию мировосприятия. Киноопыт подростковой аудитории (отдельно отметим, самой внушаемой аудитории), в котором превалирует кинопродукция с высоким уровнем эмоциогенности, но с низким уровнем художественности, не имеет ничего общего как с развитием растущей личности, так и с собственно искусством, развивающимся по своим собственным законам и требующим к себе зрительского внимания, основанного на системе «умных эмоций» (термин Л.С. Выготского) и знаний специфики киновосприятия (позиции автора, художественного текста, реципиента).

Только при реализации познавательной и креативной функций кино может стать важным мотивирующим фактором, способствующим развитию подрастающего поколения. Юный зритель, вовлеченный в процесс активного киновосприятия, получает возможность из пассивного состояния выйти на новый уровень освоения произведений киноискусства, преодоления стереотипов

массовой культуры и принятия самостоятельных усилий в выборе и оценке кинотекстов. Выстраивание подростковой аудиторией личного кинопространства позволит сформировать иной киноэстетический опыт, включающий произведения, требующие эмоционального погружения, самостоятельного художественного мышления, переживания образной системы фильма как индивидуального личностного события.

Литература:

1. Ваттимо Дж. Прозрачное общество / Дж. Ваттимо. – М.: Логос, 2002. – 128 с.
2. Васильев С.С. Влияние современных электронных СМИ на подсознание / С. С. Васильев // Историческая и социально-образовательная мысль. –2012. – № 3. – С. 176-183.
3. Полева Н.С. Искусство в информационном поле подростков / Н. С. Полева // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2018. – № 1 (11). – С. 11-26.

А. М. Лакович

*Вчитель української мови та літератури
спеціаліст вищої категорії, старший вчитель
Загальноосвітня школа І – ІІІ ст. №15
м. Мелітополь*

МЕДІАСВІТ: ПЕРЕВАГИ Й НЕДОЛІКИ

Анотація. У наведених матеріалах проведено аналіз сучасних тенденцій, які допомагають розібратися у світі переваг і небезпек використання мережі інтернет. Розглянуті деякі аспекти небезпеки кібербулінгу і його впливу на розвиток підростаючого покоління. Матеріали містять загальний аналіз сучасної співпраці дорослих і дітей.

Ключові слова: унікальні можливості, боулінг, кібербулінг, матеріал провокаційного характеру, переконливі докази.

Сучасні діти володіють унікальними можливостями для пізнання людства, навколишнього середовища і самого себе через значне відкриття людства – Інтернет. Їм не доводиться по краплинах збирати потрібний матеріал. Навколо існує безліч цікавого. Тепер у мережі можна знайти будь – яку пораду. Набагато легше стало готуватися до шкільних занять. З друзями та рідними ти постійно на зв'язку. Дитина вже змалку може віртуально подорожувати світом. А скільки повчальних передач, фільмів, мультиків, розвивальних ігор можна використовувати задля розвитку дітей різного віку. Сучасне покоління виросло у цьому потоці інформаційної калейдоскопу. Змінити ж світогляд дорослих важко. І навіть молоді батьки без спеціальної підготовки не зможуть грамотно підготувати дітей до сприйняття належної інформації. Виховання у їхньому

дитинстві відбувалося зовсім інакше. Найчастіше занадто довге використання медіаресурсів закінчується забороною користування, або це відбувається під повним контролем батьків. Але всім відомо, чим закінчується такий контроль. Дітей якраз найбільше приваблює заборона. І представниками такого виду булінгу являються найближчі люди. На батьківських зборах, коли мова йде про небезпечне використання мережі дітьми, першим вирішенням проблеми є заборона. Хвилювання дорослих можна зрозуміти. Вплив довготривалого використання соціальних мереж призводить до звикання. Вчені із лабораторії нейробіології та поведінки Університету Рокфелера основною причиною захворювання людей вважають простий цілодобовий доступ до мережі. Чи можна назвати це кібербулінгом на свідомість людини? Невідомо. Поки ще інтернет – залежність не включена до офіційного переліку ментальних розладів. Але якщо, за дослідженнями, деякі люди проводять онлайн понад п'ятнадцять годин на день, то лікування тут необхідне.

Хвилювання батьків, звичайно, не безпідставне. Вони відчувають загрозу для своїх дітей, але не знають, як, не травмуючи дитину, вирішити її у сучасному віртуальному світі з'явилися нові форми впливу на свідомість дітей – кібербулінг або інтернет – моббінг. Це віртуальний вид агресії, який дистанційно, без фізичного насильства, на відміну від булінгу, може негативно вплинути на дитину. Можна назвати безліч причин розвитку такої ворожнечі. Іноді реальні агресивні стосунки переходять у віртуальну площину. Дитина знає, хто над ним знущується. Та зараз все більших обертів набирає кібербулінг: вплив незнайомих людей. Дитина не знає, як їй захищатися. Тут навіть дорослий спочатку може розгубитися. Що вже казати про дитину, у якої ще нестійка психіка і вона не розуміє, від кого і як їй захищатися. А таких різновидів кібербулінгу існує багато. Дитина може отримувати анонімні листи з погрозами, написаними у грубій формі. Розміщення в мережі провокаційного матеріалу – тролінг. Дитина може отримувати телефонні дзвінки і у відповідь – мовчання. Це лякає і іноді доводить до нервового зриву. Часто діти люблять ділитися враженнями від побаченого, викладають фото, селфі. Цей матеріал збирають кіберзлочинці і використовують, щоб залякувати жертву. *Harpy slapping* – вид морального насильства заради розваги. Через інтернет розповсюджується сексуальне посягання на дитину. Педофіл під надуманим ім'ям може викликати у дитини довіру, запросити її на прогулянку чи навіть потрапити до неї додому. Окремою темою потрібно розглядати сучасні ігри, які призводять до самогубства.

Талановиті люди роблять великі відкриття. Людству б радіти з цього й використовувати у мирних цілях на благо розвитку й процвітання. На жаль, обов'язково знайдеться збоченець, який буде намагатися перетворити красиве на потворне. Тут відбувається зміна понять і ставлення до життя.

Все залежить від дорослих. По-перше, вони повинні бути прикладом для наслідування. Не буде дитина слухати настанови батька менше користуватися інтернетом, якщо він сам знаходиться там годинами. По-друге, не категоричною повинна бути заборона користування медіаресурсами. Батьки повинні запастись

переконливими аргументами на користь здорового способу життя. І ще, батьки повинні бути найближчими друзями. Вони повинні переконати дитину, що вони не вороги. Якщо дитина буде знати, що у цьому світі вона комусь потрібна, що її підтримають і зрозуміють, дадуть відповідь на поставлене запитання, а не відвернуться ще й звинуватять у тому, що трапилось, вона буде захищена від будь – якого кібербулінгу.

Н. О. Обухова

*м. н. с. лабораторія масової комунікації та медіаосвіти,
Інституту соціальної та політичної психології
НАПН України
м. Київ*

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ДІТЕЙ З АУТИЧНИМИ РОЗЛАДАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ АУДІАЛЬНИХ МЕДІА В СЕНСОРНО ЗБАГАЧЕНИХ УМОВАХ

Анотація. У тексті висвітлено використання медіа засобів і музики як напряму формування інтеграції процесів сенсорних відчуттів у дітей різного віку із розладами аутичного спектру. Охарактеризовано шляхи розвитку сенсомоторного сприймання та використання медіааудіальних стимулів в корекційно-реабілітаційному середовищі сенсорної кімнати.

Ключові слова: аутичні розлади, сенсорна інтеграція, сенсорна кімната, музика, відчуття.

Діти з аутичними розладами, як відомо, мають проблеми з розвитком мовлення, позбавлені мотивації до спілкування. У них не розвинена спільна з батьками та іншими дітьми ігрова діяльність. Проблеми перебування дитини у власному світі погіршують можливість коригувати її поведінку, заспокоювати під час істеричних проявів, які пов'язані не лише з хворобою, а й з віковими особливостями розвитку.

Складність аутичних розладів у тому, що дитина не може активізувати одночасно декілька сенсорних аналізаторів (зокрема зорових, слухових та тактильних). Коли вона чує звук, то, занурена у світ своїх суб'єктивних переживань, не відповідає на цей подразник. Невербальні стимули (дотики) дитина не сприймає як приємні, вони не стимулюють її до взаємодії. У таких дітей сенсорна аутистимуляція порушена, і синтез не відбувається. Дитина закріплює власні аутичні емоційні сценарії під час взаємодії з оточуючими. У подальшому вона відтворює їх, незалежно від нових контекстів. Як правило, уникає спілкування, занурюється у себе.

Пропонована методика розвитку сенсорних відчуттів як умова розвитку мовлення та набуття соціальних навичок взаємодії з оточуючими базується на наукових працях І. М. Сеченова. Вчений визначав, що однією з необхідних умов нормальної психічної діяльності людини є стимуляція нервових волокон

подразниками, які надходять із зовнішнього середовища. Вони стимулюють сенсорні відчуття (слух, зір, кінестетику) та зумовлюють прояви безумовних рефлексів. Враховуючи цю особливість нервової системи, він визначав, що розвиток мовлення у дитини залежить від асоціації слухових вражень із зоровими. Коли дитина чує звуки разом із збудженням слухового нерву, вона рефлекторно повертає голову туди, звідки лине звук, фіксує очима і цей механізм призводить до зорового відчуття. Два послідовних рефлекси призводять до елементарної форми зорово-слухової асоціації. Можна зробити припущення: якщо механізм сенсорних стимулів запустити одночасно, то сукупність впливу на аналізатори при додатковій сенсорній модальності дозволить набути нового досвіду відповідей.

Ми обладнали сенсорну кімнату «Снузлін» за принципом «світлої м'якої кімнати». З метою розвитку асоціативного мислення, яке формується та підкріплюється стимульними подразниками, використали обладнання для методів арт-терапії, таких як: робота з піском (з підсвіченим дном пісочниці), музикотерапія зі світовими ефектами від скляного шару, прикріпленого на стелі у сенсорній кімнаті. Також кімната обладнана двома колбами зі штучними рибками та з різнокольоровим забарвленням. Вони розташовані біля пісочниці, щоб дитина отримувала додаткові асоціативні стимули. У кімнаті є зони відпочинку, диван та спеціальні м'які модулі, сухий душ з кольоровими стрічками.

Використовуючи зацікавленість до медіапристроїв, не залежну від емоційного стану та розвитку психічної діяльності, ми одночасно включали музику: тримаючи в руках телефон, кликали дитину, яка вільно гралася у сенсорній кімнаті. Вона рефлекторно повертала голову на звук музики і очима фіксувала телефон, який знаходився в руках у психолога. Вправа на початку занять повторювалась до п'яти раз. Заняття проходили двічі на тиждень впродовж трьох місяців. Добір музики залежав від віку, переважно це тематичні музичні твори для дітей. В індивідуальній роботі ми орієнтувалися на процес гри, тому що саме в грі, яка не ставить перед собою мету досягнення результату, людина отримує задоволення від творчого процесу, відкрита для нових експериментів. Гра дозволяє в процесі взаємодії екологічно пережити травмуючий емоційний досвід. Також здатність музики чинити регулятивний вплив на психовегетативні процеси, емоційну активізацію та отримання досвіду змінених станів свідомості дає можливість оволодіти навичками самоконтролю, розвинути сенсорні відчуття та оволодіти новими способами емоційної експресії, у травматичних ситуаціях реагувати найбільш сприятливо для себе і для оточуючих.

У результаті роботи ми отримали позитивну динаміку розвитку мовлення та соціальної взаємодії. Під час некерованої поведінки у дитини з аутичними проявами звична для неї музика з медіапристрою активує механізм запуску зорово-слухової асоціації вже з добутиим новим досвідом відповідей, що робить можливим взаємодію з дитиною.

Накопичений дитиною з аутичними розладами аудіальний медіадосвід визначає характер емоційної реакції на невербальні стимули від суб'єктів взаємодії.

Література:

1. Алексеевко Т.Ф. Соціалізація особистості: можливості й ризики / Т.Ф. Алексеевко. – К.: Пед. думка, 2007. – 152 с.
2. Кожина Т.С. Сенсорная комната – альтернативный способ развития «особого» ребенка / Т.С. Кожина, Н.В. Чудакова, Е.С. Березникова. // Молодой учёный. – 2016. – №12 (6). – С. 53–57.
3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник / О.Т. Боришполець, Л.А. Найдюнова, Г.В. Мироненко, О.Е. Голубева, В.В. Резун та ін.; За ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Боришпольця. – Міленіум, 2010. – 440 с.
4. Сеченов И.М. Рефлексы головного мозга / И.М. Сеченов. – М.: Учпедгиз, 1963. – 453 с.

В. М. Тесленко

здобувач

ВНЗ «Університет економіки

та права «КРОК», м. Київ

ОСОБИСТІСНО-РОЗВИВАЮЧІ МОЖЛИВОСТІ МЕДІАТВОРЧОСТІ ПЕДАГОГА / УЧНЯ У ПОДОЛАННІ СИНДРОМУ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ / МЕДІАТРАВМИ

Анотація. Синдром професійного вигорання (СПВ) – це наявність так званих симптомів у вигляді наступних некомпетентностей педагога: афективної некомпетентності (прояв фрустрації як найвищого її рівня), конативної некомпетентності (прояв дезадапційного синдрому) та когнітивної некомпетентності (прояв нереклексивності, некритичності, когнітивного дисонансу). В сучасних умовах медіаторчість є ресурсно-зберігаючим чинником у подоланні СПВ педагога, оскільки представляє собою набуття ним нової компетентності – медіакомпетентності як якості медіаграмотної особистості у комплексі можливостей медіаторчості для самоактуалізації вчителя у вищеназваних некомпетентностях.

Ключові слова: медіаконтент, медіаосвіта, медіаграмотність, медіакультура, психоекологічний вплив, самоактуалізація.

Учбовий процес представлений наступною циклічністю: спілкування – сприйняття – зворотний зв'язок – результат.

Спілкування як комунікативна функція доводить або спростовує сформованість соціально-психологічних навичок людини. Так, на особистісному

та на груповому рівнях на фазах спілкування-сприйняття можна навести приклади існування певних переваг та недоліків оволодіння медіаконтентом:

- впевненість / невпевненість в доведенні істинності медіаконтенту через наявність / відсутність певного бекграунду з певної проблематики;
- здатність / нездатність класифікувати інформацію через її перенасиченість, узагальненість тощо;
- оперативність / неоперативність як спосіб самоосвіти тощо.

Пошук спрощених форматів інформації не позбавляє педагога / учня від травматичних ризиків, що можуть стати наслідком її несприйняття як, власне, педагогом, так і учнями через спектр різних причин: відсутність акцентованої уваги, вміння виділяти інформаційні пріоритети, скептицизм як наслідок дисбалансу між очікуваним та запропонованим медіаконтентом з відповідним особистісним ставленням та оцінкою.

Медіаторчість виражається в усвідомленому споживанні продукту (інформації) медіапростору задля задоволення особистісних / професійних потреб. Така медіаторчість є багатогранною та надає поле широких можливостей для відтворення фахових задумів вчителя-предметника. Н.І. Череповська розглядає актуальність медіаосвіти як засіб оптимальної медіасоціалізації [1] в результаті сформованості особистісної візуальної медіакультури як головної мети медіаосвіти.

Серед інших функцій аудіо-візуальної культури (медіакультури), саме на реабілітаційних наголошує М. Ф. Хілько у вигляді таких:

- 1) екологічна;
- 2) психотерапевтична;
- 3) соціально-реабілітаційна;
- 4) реабілітаційна;
- 5) етнореабілітаційна;
- 6) реабілітаційно-ігрова;
- 7) реабілітаційно-творча;
- 8) комунікативна;
- 9) реабілітаційно-педагогічна;
- 10) реабілітаційно-когнітивна;
- 11) реабілітаційно-розвиваюча у відповідності до її поліфункціональності[2].

Б. В. Потятиник вважає медіакритику одним з найважливіших інструментів саморегуляції особистості [3].

Отже, медіаторчість надає особистості можливість опанувати різні види мультимедійності у вигляді певних інновацій, що сприятимуть особистісному / професійному зростанню. «Людина, «зростаючи» в культурі і, безперечно, залишаючись людиною свого соціального часу-простору, виробляє спосіб подолання означених меж через освіту, що є виходом за власні межі, подоланням обмеженості. Творення людського образу в освіті полягає в тому, що, по-перше, образ не є незмінним, і кожне нове покоління по-своєму, але

однаково істинно відтворює його через всотання культури попередніх генерацій; по-друге, він ніколи не може бути довершеним, бо освіта – це завжди рух, спрямований у майбутнє» [4].

Як приклад, в українських ЗОШ вже впроваджено багаточисельні тижні медіаграмотності, конкурси, інтернет-акції (флешмоби), інтегровані заняття, відео-перегляди, презентації, проекти, форуми, інноваційні інтернет-конференції, онлайн-зустрічі з цікавими людьми, використання певних авторських систем, пошукових систем Вікіпедія і Google тощо.

Також, прикладом медіаторчості є спільна робота фахівців у створенні модульно-розвивального підручника (МРП). «МРП – зафіксований на паперовому чи електронному носії цілісний фрагмент вітакультурного досвіду, котрий: а) адаптований на психосмисловому рівні до ментального досвіду, соціальних здібностей та індивідуальних можливостей студентів певного віку і їхнього досвіду; б) відповідає за обсягом, змістом і методами презентації вимогам державної та проблемно-модульної навчальних програм; в) відображає проходження наставником і наступником чотирьох періодів цілісного модульно-розвивального процесу (пізнавально-інформаційний, нормативно-регуляційний, ціннісно-рефлексивний, духовно-спонтанний), або всіх восьми його етапів (настановчо-мотиваційний, теоретично-змістовий, оцінювально-смісловий, адаптивно-перетворювальний, системно-узагальнюючий, контроль-рефлексивний, духовно-естетичний, спонтанно-креативний); г) забезпечує не лише циклічне оволодіння кожним вихованцем значеннями, знаннями, уміннями, нормами, навичками, цінностями, смислами і психодуховними формами (віра, істина, любов, свобода, відповідальність тощо), а й прискорений психокультурний розвиток за оптимальними індивідуальними траєкторіями зростання студента як суб'єкта, особистості, індивідуальності та універсуму.

МРП завдяки психоекологічному впливу на особу ліквідує насилля над психікою та оптимізує усі види діяльності учня, позбавляючи передумов для виникнення стійких негативних емоцій (відчуття примусу в навчанні, страх, відраза, стресові ситуації тощо).

Презентований підручник активізує емоційну сферу школярів і сприяє впровадженню психомистецьких засобів розвивальної педагогічної взаємодії, а тому є бінарним за своїм призначенням. З одного боку, він позбавляє учнів психологічної інерції, негативних внутрішніх установок і самонавіювання (скажімо, – це надто складно, мені з цим не впоратись) і перетворює його на активного співтворця освітнього процесу, постійно стимулюючи позитивні емоції, бажання пошуку, внутрішню мотивацію, з другого – зменшує кількість випускників шкіл з психофізичними патологіями внаслідок підтримання гармонійного балансу у психосоматичній системі – настрої – здоров'я» [5].

Висновки. В рамках осучаснення навчального процесу саме еко-підхід стає на заваді психотравмуючого медіаефекту. Це виражається в створенні вчителем особистісного портфолію як «результату» його професійної діяльності, а саме: проходження ним шляху спроб та помилок та віднаходження саме тих

інформаційних прикладів та джерел (медіаконтенту), які «спрацьовують», а відтак, доводять «істину в першій інстанції», а також спростовують його некомпетентності.

«Істина в першій інстанції» розглядається як спроба самотворення в узгодженості форми та змісту, тобто, інтерактиву та інтроверсії з подальшим їх трактуванням. Трактування виступає суб'єктивним фактором, а відтак, певним творчим компонентом особистісної діяльності.

Відсутність здатності до саморефлексії як засобу самоосвіти призводить до маніпулятивності у нав'язуванні педагогом власної думки (позиції) без належної аргументації як базису референтивності. Адже, саме нав'язування педагогом власної думки (позиції) лишає людину (вчителя / учня як акторів дії навчального процесу та представників «системи в системі») свободи вибору, а відтак, звужує спектр її можливостей та здатності до їх активного використання.

Результатом активної діяльності стане вироблення автономної позиції (індивідуалізації) таких акторів як доказу їх здатності до саморефлексії, самоорганізації, самореалізації тощо.

Надмірна інтерференція інформації спотворює особистісне бачення та перенапружує емоційно. В таких випадках необхідна дозована подача інформації, що потребуватиме від педагога пошуку відповідних ситуативних рішень її застосування як експертного фільтру для перевірки її практичності, валідності, достовірності тощо на відповідних прикладах та сприятиме баченню певних перспектив для самоактуалізації. Саме такі можливості й надають мас-медіа.

Література:

1. Череповська Н.І. Психологічні та педагогічні принципи шкільної медіаосвіти / Н. І. Череповська // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – 2013. – Вип. 33. – С. 97-106. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2013_33_12
2. Хилько Н.Ф. Роль аудиовизуальної культури в творческом самоосуществлении личности: Монография / Н. Ф. Хилько. – Омск : Изд-во Сибир. ф-ла Рос. ин-та культурологии, 2001. – 446 с.
3. Потятиник Б.В. Медіа : ключі до розуміння / Б. В. Потятиник // Серія: Медіакритика. – Львів: ПАІС, 2004.
4. Овдієнко Л.Н. Освіта як феномен культури інформаційного простору: проблеми і тенденції / Л. Н. Овдієнко // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – 2013. – Вип. 33. – С. 62-70. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nsspp_2013_33_8
5. Гірняк Г.С., Домбровський І.В. Психоекологічний потенціал модульно-розвивального підручника // Сучасні проблеми екологічної психології: життєве середовище особистості у психологічному вимірі: Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції (18 - 19 травня 2018 року, Київ) / За ред. Ю. М. Швалба. – К. : Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2018. – С. 38-42.

Ю. С. Чаплінська

к. психол. н., с. н. с.,

*лабораторія масової комунікації та медіаосвіти,
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України
м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ КВЕСТ МЕДІАКЛУБУ

Анотація: В матеріалах подано опис та особливості проведення, основні етапи, різні види завдань квест медіаклубу та веб-квесту для учнів середньоосвітніх навчальних закладів.

Ключові слова: медіаклуб, веб квест, квест медіаклуб, медіаосвіта

Залежно від поставленої педагогічної мети, методика «Медіаклуб» набуває різних способів реалізації, різного процесуального змісту, очікуваного результату й відповідно стає ефективною складовою таких різних медіаосвітніх (й не тільки) технологій, як розвиток аналітичного і критичного мислення учнів, розвиток духовних і моральних цінностей особистості, зміцнення колективу й оптимізація роботи в команді, профілактика деструктивної поведінки підлітків та ін.

Існує багато різних підходів до проведення методики медіаклубу, ми хочемо детальніше зупинитися на інноваційному варіанті – **квест медіаклубі**.

Квест (від англ. quest – пошук предметів, пошуки пригод, виконання рицарської обітниці) – спортивно-інтелектуальне змагання, основою якого є послідовне виконання заздалегідь підготовлених завдань командами або окремими гравцями[1]. Під час гри команди вирішують логічні завдання, здійснюють пошук на місцевості, будують оптимальні маршрути переміщення, шукають оригінальні рішення і підказки. Після завершення чергового завдання команди переходять до виконання наступного. Перемагає команда, що виконала всі завдання швидше за інших.

У квест медіаклубі ми пропонуємо залучати не учнівською молоддю окремого класу, а використовувати значну групу учасників із кількох паралелей чи навіть учнів різних років навчання. Така пропозиція є доцільною, оскільки основними завданнями квест медіаклубу, окрім засвоєння знань та певних навичок, формування командної згуртованості, налагодження комунікації, цінування індивідуальних відмінностей, бо проходження завдань виявляє приховані якості учням, як-то лідерів, інтелектуалів, логістів, вивчає схильності та звички молоді у ситуаціях прийняття швидких і адекватних рішень задля блага команди та спільної цілі.

Існують різні варіанти і напрямки квестів в медіаклубних заняттях, а саме: «екстремальні квести» – тобто такі, що мають обмеження по часу – етапи дозволяють спільно пережити емоційні сплески, що психологічно зближує

учасників події; «інтелектуальні» – ті, що направлені на виконання складних завдань, розрахованих на застосування логіки – етапи дозволяють розвинути ерудицію і виявити спритність; «ігрові» – несуть в собі завдання викликають масу позитивних емоцій і радісних спогадів, сприяють розвитку комунікативних якостей.

Для проведення Квест медіаклубу пропоную використовувати якомога більшу територію, наприклад, усю будівлю школи і пришкільну територію. Схема проведення квест медіаклубу включає в себе такі етапи:

Вступна частина. В ній вчитель/модератор розповідає окреслює тему сьогоднішнього заняття і пояснює особливості проведення квест медіаклубу.

Перегляд фільму. В залежності від схеми проведення квест медіаклубу фільм переглядається повністю і тоді гра відбувається за його мотивами. Або ж фільм залучається до ігрового процесу і демонструється учасникам частинами, як перехід до нового рівня/завдання або підказка.

Настановчий. В якій вчитель/модератор окреслює тему, мету, тип квесту і у відповідності до навчальних потреб та сюжету медіапродукту, визначає коло завдань, правила (обмеження). Сюжет квесту, що тісно переплітається з переглянутим медіапродуктом має бути ігровим, містити інтригу, пробуджувати цікавість. Завдання мають передбачати пошук, що здійснюється у більш ніж два кроки. Завдання пропонуються в незвичайній формі – загадки, зашифровані послання, які вимагають «приміряння» логіки або варіантів вживання у «роль».

На цьому етапі обов'язково визначаються часові рамки як для виконання окремих завдань, так і для квеста в цілому. Чітко проговорюються межі локації, на якій відбувається гра. А також озвучуються критерії оцінювання проходження учасниками завдань.

- *Реалізація.* На якому учні, поділені на команди виконують завдання, поставлені перед ними грою та вчителем. Якщо до квесту залучаються учні всього навчального закладу, то формування команд має включати в себе такі критерії: різних вік, різні схильності, різний гендер.

- *Завершення.* На цьому етапі відбувається підсумкове оцінювання діяльності учнів. Оголошення результатів та нагорода переможців.

- *Рефлексія та висновки.* Для реалізації можна використовувати листки рефлексії. Запропонувати кожному учню написати на листочку, що найменше 15 тверджень на тему: «Що я сьогодні зрозумів або чому я сьогодні навчився». Дати дітям на виконання цього завдання 10-15 хвилин. А потім запропонувати їм поспілкуватися з іншими учасниками квест медіаклубу і дізнатися, що вони написали у своїх рефлексивних листочках. І якщо комусь сподобається висновок іншого учасника, цим твердження можна буде доповнити свій власний список. Така вправа надає можливість не просто розширити сприйняття дітей того, чому вони навчилися, але знизити негативне сприйняття учасників з інших команд, як

певних «противників», яких потрібно перемогти і трансформувати у людей з «якими можна обмінюватись думками, емоціями та враженнями».

Можна використовувати ще й інший формат, але у випадку, коли кількість учасників квесту незначна. З дітьми можна просто обговорити у колі чого саме вони навчилися в процесі проходження квесту, з якими ресурсами навчилися працювати, які факти дізналися. А також обговорити їх перемогу чи програш. Наголосити на тому, що якщо цього разу їм не вдалося здобути перемогу, то наступного – фортуна обов'язково їм усміхнеться.

Інколи в навчальному процесі можуть також використовуватись **веб-квест**, що побудовані на залученні інформаційних ресурсів Інтернету у вирішення поставлених вчителем завдань. Цей варіант активностей може стати у пригоді вчителю, учні якого не дуже люблять фізичні активності, але з радістю готові «серфити» простори інтернету. Веб-квест допомагає ефективно формувати цілий ряд компетенцій у дітей: соціальних, навчальних, комунікативних, інформаційних. Веб-квест представляє собою досить не простий пошук інформації в мережі. Учасники веб-квесту навчаються використовувати інформаційний простір Інтернет для розширення сфери своєї творчої діяльності. Крім того, результати пошукових учнівських робіт у веб-квестом можна в кінці публікувати на офіційних веб-сторінках школи або веб-сайтах. Технологія веб-квест дозволяє формувати у учнів наступні компетенції:

- розвитку комп'ютерних навичок учнів і підвищенню їх словникового запасу;
- заохочення учнів навчатися незалежно від учителя;
- використання ІТ для вирішення професійних завдань (в т.ч. для пошуку необхідної інформації, оформлення результатів роботи у вигляді комп'ютерних презентацій, веб-сайтів, флеш-роликів, баз даних тощо);
- самонавчання і самоорганізація;
- робота в команді (планування, розподіл функцій, взаємодопомога, взаємоконтроль);
- розвитку мислення учнів на стадії аналізу, узагальнення та оцінки інформації;
- розвитку дослідницьких і творчих здібностей учнів;
- вміння знаходити кілька способів рішень проблемної ситуації, визначати найбільш раціональний варіант, обґрунтовувати свій вибір;
- навик публічних виступів (обов'язково проведення передзахисту та захисту проєктів з виступами авторів, з питаннями, дискусіями);
- підвищення особистісної самооцінки.

Берні Додж [2] виділяє чітку структуру веб-квесту: Introduction (Введення), Task (Завдання), Process (Виконання), Evaluation (Оцінювання), Conclusion (Висновок), Credits (Використані матеріали), Teacher Page (Коментарі для викладача). Однак, варто зазначити, що дана структура скоріше як орієнтир, а не чітке правило. Учитель може конструювати квест відповідно до рівня і потребами своїх учнів.

Introduction (Введення) – формулювання теми, опис головних ролей учасників, сценарій квесту, план роботи або огляд всього квесту. Основна мета цього етапу – підготувати і мотивувати учнів для подальшої ефективної роботи.

Task (Завдання) – чіткий, послідовний, але цікавий опис проблемної задачі та форми подання кінцевого результату.

На цьому етапі потрібно обговорити:

- проблему, або загадку, яку необхідно вирішити;
- позицію, яку потрібно сформулювати і захистити;
- продукт та реферат, який потрібно створити;
- доповідь або журналістський звіт;
- творча робота, презентація, постер і т.д.

Зверніть увагу на те, що завдання повинно бути проблемним, чітко сформульовано і мати пізнавальну цінність.

Process (Виконання) – точний опис основних етапів роботи; керівництво до дій, корисні поради по збору інформації (контрольний список питань для аналізу інформації, різноманітні поради щодо виконання того чи іншого завдання, «заготовки» Web-сторінок для звітів, рекомендації по використанню інформаційних ресурсів і ін.).

З методичної точки зору матеріал повинен відрізнятися релевантністю, різноманітністю і оригінальністю ресурсів; різноманітністю завдань, їх орієнтацією на розвиток розумових навичок високого рівня; наявністю методичної підтримки – допоміжних та додаткових матеріалів для виконання завдань; при використанні елементів рольової гри – адекватний вибір ролей і ресурсів для кожної ролі.

Evaluation (Оцінювання) – опис критеріїв і параметрів оцінки виконання веб-квесту, яке представляється у вигляді бланка оцінки. Критерії оцінки залежать від типу навчальних завдань, які вирішуються в веб-квесті.

Conclusion (Висновок) – короткий і точний опис того, чому змогли навчитися учні, виконавши даний веб-квест. Тут повинний простежуватися взаємозв'язок з введенням.

Credits (Використані матеріали) – посилання на ресурси, що використовувалися для створення веб-квесту. Даний розділ можна об'єднати з розділом Process (Виконання).

Teacher Page (Коментарі для викладача) – методичні рекомендації для викладачів, які будуть використовувати веб-квест, а саме:

- походження, цілі, завдання веб-квесту, про що він;
- вікова категорія учнів (чи може бути використаний іншими учнями при наявності доповнень, коригування);
- плановані результати, спираючись на стандарти навчання (особистісні, регулятивні, комунікативні, пізнавальні);
- процес організації веб-квесту; необхідні ресурси;
- цінність і гідність даного веб-квесту.

Ця технологія підходить як для організації індивідуальної чи групової роботи, так і для позакласної роботи. І може використовуватися в рамках різних шкільних дисциплін, таких як: англійська мова, хімія, біологія, історія, література, географія, фізика, математика, психологія і т.д. Цей формат також можна використовувати і у квест медіаклубі, якщо після перегляду фільму запропонувати дітям пошук інформації на певну тематику. Наприклад, розділити дітей на команди, а на дошці вивісити список питань і окреслити часову рамку. Тобто, не просто чия команда дасть правильні відповіді, але й ще, хто це зробить найшвидше. Як варіант питань: у фільмі використовуватися певний складний термін, запропонувати дітям знайти чітке визначення цього терміну, хто перший ввів його в експлуатацію і т.д.

Література:

1. Квест [Електронний ресурс] // Українська Вікіпедія — вільна енциклопедія — 2018. — Режим доступу до ресурсу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Квест>
2. Dodge B. Creating WebQuests. [Електронний ресурс] / B. Dodge. — 1999. — Режим доступу до ресурсу: <https://webquest.org>

2020



ЗМІСТ – 2020

- Бурдукало М. М.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України
«Розвиток емоційного інтелекту у дітей молодшого шкільного віку засобами медіапсихології» 151
- Венидиктов С. В.**, кандидат філологічних наук, доцент, начальник кафедри соціально-гуманитарних дисциплін Могилевського інститута МВД, Могилев, Республіка Беларусь
«Информационная безопасность в условиях ускоренного развития медийной грамотности» 154
- Вознесенська О. Л.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Порушення особистих меж як індикатор психотравматизації в умовах пандемії: медіавиміріта медіаресурси подолання» 158
- Зеленін В. В.**, PhD, доцент кафедри політичної психології та соціально-правових технологій Національного педагогічного університету ім. М.П.Драгоманова
«Психосемантика міфодизайна: до питання інформаційної безпеки»..... 163
- Кабанова П. С.**, студентка 3 курсу бакалаврату Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ
«Дослідження особливостей емпатії у людини стосовно антропоморфних роботів»..... 167
- Кулеша-Любінець М. М.**, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри загальної та клінічної психології ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», фахівчиня Проектно-освітнього центру ПНУ «Агенти змін», м. Івано-Франківськ; **Олійник Д. В.**, студентка IV курсу спеціальності «Психологія», ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ; **Лосяк Н. І.**, студентка IV курсу спеціальності «Психологія», ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ
«Абетка психічного здоров'я як медіапсихологічний ресурс у період пандемії COVID-19»..... 171
- Мошура В. В.**, аспірантка кафедри політичної психології та соціально-правових технологій, НПУ ім. М. П. Драгоманова **«Екологічна свідомість підлітка у розрізі сучасної медіаосвіти»** 173

- Никоненко Л. В.**, кандидат психологічних наук, молодший науковий співробітник лабораторії психології політико-правових відносин ІСПП НАПН України, м. Київ
«Медіапрактики як засіб адаптації до надзвичайних ситуацій» 176
- Писаревська Г. М.**, заступник директора з навчально-виробничої роботи Чернівецького вищого професійного училища радіоелектроніки
«Хмарні сервіси Google як засоби формування медіакультури кваліфікованого робітника»..... 179
- Пономаренко Т. І.**, аспірантка кафедри політичної психології та соціально-правових технологій, НПУ ім. М. П. Драгоманова
«Комунікативна медіакомпетентність сучасного психолога як чинник формування психологічної безпеки суспільства» 183
- Романюк Л. В.**, доктор психологічних наук, професор, Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського; **Слотіна В. І.**, аспірант ТНУ імені В. І. Вернадського
«Телебачення, культурні цінності та рівень благополуччя у підлітків: досвід копінг-стратегій у Великобританії» 186
- Угрин О. Г.**, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології управління ЛьвДУВС, м. Львів, **Христюк О. Л.**, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології діяльності в особливих умовах ЛьвДУВС, м. Львів
«Ставлення молоді до дистанційного навчання: сучасний погляд» 190
- Умеренкова Н. Ф.**, науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Ресурсність комунікативної поведінки дружин комбатантів у соціальних мережах»..... 194
- Фаїзова Ф. Ш.**, преподаватель Национальный университет Узбекистана, г.Ташкент
«Эффективность применения игровых технологий через сервис Zoom в условиях пандемии COVID – 19»..... 198
- Чаплінська Ю. С.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Можливості використання чат-ботів в освітній сфері» 200
- Череповська Н. І.**, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти

Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
«Інформаційний патріотизм молоді: медіаторчість» 204

Щитка Н.Н., кандидат філологічних наук, доцент кафедри російської
філології Національного університету Узбекистана імені Мирзо Улугбека
г.Ташкент, Республика Узбекистан
**«Из опыта преподавания лингвистических курсов в национально
университете Узбекистана»**.....208

М. М. Бурдукало,

к. психол. н., с. н. с.

лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти

Інституту соціальної та політичної психології

НАПН України, м. Київ

РОЗВИТОК ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ МЕДІАПСИХОЛОГІЇ

Анотація: Матеріал розглядає емоційний інтелект, як фактор, що може допомогти впоратись з цими проблемами у школі та поза нею, а засоби медіапсихології в якості ефективного способу комунікації, мотивування учасників та засвоєння нових психологічних навичок, зокрема емоційного інтелекту.

Ключові слова: розвиток емоційного інтелекту (EQ), засоби медіапсихології, медіаосвіта, молодший шкільний вік.

Кожен педагог та психолог хоч раз за свою педагогічну практику зустрічався з проблемами, що спричинені недостатнім рівнем емоційного інтелекту учасників навчально-виховного процесу. На приклад, часті інтенсивні конфлікти у класі, надмірна тривожність перед контрольними та іспитами, відсутність бажання навчатись та цікавості до занять, труднощі при командній роботі з однокласниками, булінг.

У цій статті ми розглянемо емоційний інтелект, як фактор, що може допомогти впоратись з цими проблемами у школі та поза нею, а засоби медіапсихології в якості ефективного способу комунікації, мотивування учасників та засвоєння нових психологічних навичок, зокрема емоційного інтелекту.

Емоційний інтелект (EI або EQ) – це група ментальних здібностей, які беруть участь в усвідомленні та розумінні власних емоцій і емоцій оточуючих. До EQ входять такі вміння: розуміти і сприймати власні емоції; конструктивно виражати емоції, переживати емоції, емоційно відновлюватись; самомотивація – керувати своїми емоціями задля досягнення поставленої цілі, відкладання задоволення, обрання способу вираження емоцій; розуміти, які емоції відчують інші люди, бути емпатійним (співчутливим); використовувати знання про свої та чужі емоції для міжособистісного спілкування – уміння будувати стосунки. Люди з високим рівнем EQ можуть ефективно керувати своєю емоційною сферою, і тому в суспільстві їхня поведінка більш адаптивна і вони легше досягають своїх цілей у взаємодії з оточуючими. Розвинений EQ допомагає людині бути вмотивованою до звершень, наполегливою, товариською, приймати правильні рішення в дилемах, мати упевненість в собі, ефективніше застосовувати розумові здібності, вміти розв'язувати конфлікти і, за потреби, бути лідером, справлятися із негараздами і мінливістю світу.

Саме молодший шкільний вік є сенситивним періодом для розвитку емоційного інтелекту. У кризі 7 років дитина втратила свою безпосередність, почала усвідомлювати, що її поведінка та емоції впливають на оточуючих, тому вона намагається відсторонитись від дорослих. Дитина починає приховувати своє ставлення, замикається у собі, переживати інтенсивні неприємні емоції (фрустрацію, агресію, афекти), з якими ще не вміє справлятися. Діти цього віку сприймають конфлікти у стосунках з оточуючими не так гостро, як підлітки. У молодшому шкільному віці активно розвивається новоутворена довільна увага та логічне мислення, отже дитина має змогу застосовувати усвідомлення та тренувати свідоме керування своєю поведінкою. Багато хто з дітей в цей час потрапляє в свої перші колективи, де їм потрібно вибудовувати стосунки з різноманітними оточуючими. Заняття з емоційного інтелекту у молодшому шкільному віці актуалізують неусвідомлені знання та навички отримані дитиною у дошкільному віці, якість яких залежить від рівня розвитку емоційного інтелекту членів її сім'ї, дозволяють порівняти свої стратегії емоційної взаємодії, та через соціальне наочіння та наслідування отримати навички конструктивної взаємодії із оточуючими, зокрема в конфліктних ситуаціях, а також самооцінки свого самопочуття, навички піклування про себе. Розвинені у молодшому шкільному віці навички EQ стануть дитині у пригоді із настанням підліткового віку – часу сильних емоційних сплесків та криз стосунків з оточуючими.

Розвивати емоційний інтелект ефективніше практичними вправами. Але слід зауважити, що на ефективність засвоєння нових психологічних навичок буде впливати спосіб комунікації (викладення матеріалу) та замотивованість учасників.

Сучасні школярі є дуже медіатизованими: люблять користуватись гаджетами, постійно вживають медіаконтент (переглядають та читають вміст соцмереж, сайтів, слухають музику, переглядають різного типу відео), самі його виготовляють (знімають фото, відео, пишуть тексти для соцмереж, розміщують своє медіа в інтернеті), спілкуються віртуально, наприклад, в меседжерах шляхом передачі медіазмісту. З медіапрактиками у школярів пов'язано переживання сильних і різноманітних емоцій, неабияка зацікавленість та мотивація. Використання медіазасобів під час занять є ефективним каналом для навчальної комунікації зі школярами, способом передачі інформації та практичного відпрацювання навичок саме завдяки природній цікавості та замотивованості дітей до користування ними, налаштованості учнів до сприйняття медіаконтенту як додаткової реальності, в якій існує нове покоління.

Медіазасоби, що використовуються для сприяння психологічному розвитку, а також спосіб їх використання є засобами медіапсихології.

Розуміння медіа як інструменту розв'язання психологічної проблеми, дозволить підібрати дидактичний матеріал для використання на заняттях, та використати зручний спосіб трансляції матеріалів, або ж організації заняття (наприклад, в онлайн-програмі в за допомогою особистих телефонів учнів). Медіа як інструмент розвитку емоційного інтелекту становить: медіапристрої –

телевізор, комп'ютер (ноутбук, планшет), проекційна техніка, носії інформації та медіадидактичний матеріал різноманітний за медіаформатом (фотографії, картинки, слайдшоу, відео, анімація, документальні, художні фільми, рекламні, музичні ролики тощо) та медіаконтентом, що розподіляється за жанром та змістом.

Розуміння медіапсихології як інструменту покращення взаємодії людини з медіа, дозволяє у цій взаємодії відслідковувати, усвідомлювати та відтреновувати навички EQ у процесі таких активностей:

1) рефлексія власних емоцій/почуттів щодо сприйнятого медіаконтенту.

2) визначення емоцій осіб, що демонструються в медіаконтенті.

3) наслідування емоційної саморегуляції: пошук у медіаконтенті способів емоційної саморегуляції, проживання емоцій та емоційного відновлення.

4) конструювання альтернативного сценарію поведінки медіаперсонажа.

5) визначення власних потреб, цілей, уподобань, відбір медіа відповідно до них, та відмова від неактуальних медіапродуктів;

6) критичне осмислення сприйнятого медіаконтенту стає основою для розвитку емпатії: дозволяє визначити джерело, об'єкт, мету емоційного послання та очікувану реакцію, потреби співрозмовника;

7) через творче переосмислення сприйнятого медіаконтенту, надання йому нових, власних смислів, суб'єкт здатен глибше зрозуміти та усвідомити свої емоції, цінності та потреби, а через медіаторчість – виражати емоції, транслювати цінності і отримувати підтримку, задовольняти потреби, емоційно відновлюватись, чинити опір інформаційній деструкції, що здійснюється через медіа, самостверджуватись.

Для прикладу, заняття з емоційного інтелекту можуть здійснюватись за такими темами та містити такі практичні вправи:

1) *Вивчення емоцій.* Учням пропонується використовуючи будь-який додаток-меседжер на власному мобільному телефоні, розглянути «смайли» (малюнки емоцій у клавіатурі додатку) та надіслати партнеру по завданню 10 «смайлів», підписуючи їх назвами емоцій, що відповідно, кожен із них позначає. Учні обговорюють із викладачем назви емоцій, зокрема тих, які рідко вживаються, та пригадують, у яких ситуаціях можна їх відчувати, виводять групу базових, найчастіше вживаних, емоцій.

2) *Дослідження власних емоцій.* Вчитель демонструє аудиторії короткометражний мультфільм, просить під час перегляду на індивідуальному листку паперу, чи у мобільному телефоні позначати емоції, що з'являються у глядачів під протягом перегляду відео. Після перегляду учні із вчителем за бажанням діляться почуттями, що викликав у них мультфільм.

3) *Розпізнавання емоцій оточуючих.* Вчитель показує аудиторії нарізку відео, де демонструються емоції. Учням пропонується назвати емоції, що

демонструються на екрані, пригадати та за бажанням розповісти, коли вони бачили схожу емоцію у оточуючих.

4) *Вивчення способів вираження емоцій.* Вчитель показує аудиторії нарізку відео, де демонструються емоції. Учні пропонується назвати емоцію, що зображена на екрані та сказати, яким чином вони дізнались про це. Учні грають у гру «Покажи тілом емоцію». Учні заповнюють «Карту висловів» відповідними емоціями. Вчитель надає підсумкову інформацію про вербальні та невербальні ознаки базових емоцій.

Навички емоційного інтелекту, як і будь-які інші, вбудовуються в поведінку і стають автоматичними поведінковими реакціями при частому, методичному повторенні, тобто напрацюванні, певних способів дії. Тому заняття слід проводити регулярно, звертаючись до обговорених тем під час перерв, допомагаючи дітям вирішувати конфлікти під час прогулянок, ігор, на гуртках, заохочувати застосовувати отриманні знання у спілкуванні один з одним.

Висновок, розвиток емоційного інтелекту є шляхом до виховання гармонійної щасливої особистості та створення комфортного соціального середовища освіти. А використання медіапсихології щоденно стає все зручнішим та актуальнішим засобом розвитку EQ в освітній сфері.

Література:

1. Емоційний інтелект / Деніел Гоулман; пер. з англ. С.Л. Гумецької. – Х.: Віват, 2019. – 512 с.
2. Сігел Деніел, Брайсон Тіна. Секрети мозку. 12 стратегій розвитку дитини / пер. з англ. Ірина Борщ. – К.: Наш формат, 2017. – 192 с.
3. Череповська Н.І. Розвиток медіаграмотності комбатантів засобами медіапсихології / Від медіаграмотності до медіакультури: стратегії, проблеми, перспективи: тези доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Миколаїв, 27 квітня 2016). – Миколаїв : ОППО, 2016. – С. 110-114.
4. Эльконин Д. Б. Избранные психологические труды. – Педагогика, М.,1989. – С. 55-61.

С. В. Вендиктов,
к. филолог. н, доцент
начальник кафедри соціально-гуманитарних дисциплін
Могилевського інститута МВД,
Могилев, Республіка Беларусь

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В УСЛОВИЯХ УСКОРЕННОГО РАЗВИТИЯ МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ

Аннотація: формування медійної грамотності аудиторії розглядається в якості фактора забезпечення інформаційної безпеки людини, соціальної групи і держави. В контексті актуального стану

глобального коммунікаційного пространства определяются перспективы трансформации социальной функции медиаобразования, обосновываются условия ускоренного развития медийной грамотности на глобальном уровне.

Ключевые слова: информационная безопасность, медийная грамотность, медиаобразование, коммуникация.

В Концепции информационной безопасности Республики Беларусь (О Концепции информационной безопасности) информационная безопасность определяется как состояние защищенности сбалансированных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз в информационной сфере (глава 3 Концепции). К угрозам, помимо действий, имеющих очевидный противоправный характер, относятся явления, связанные с деструктивным воздействием на личность: массовое распространение информации, направленной на дестабилизацию общественно-политической обстановки; формирование искаженного представления аудитории СМИ о социальных и политических конфликтах и т. д.

Подобные механизмы скрытого влияния на личность, общество и государство в последние годы активно совершенствуются, играя все более значимую роль в межгосударственных конфликтах, разжигании межнациональной и межконфессиональной вражды. Распространению искаженной (а также фальсифицированной) информации способствует низкая информационная культура значительной части аудитории медиа, снижение способности личности к критическому мышлению.

С этой точки зрения, развитие информационной культуры аудитории через формирование достаточного уровня медийной грамотности становится важным фактором обеспечения информационной безопасности как на уровне личности, так и в масштабах государства. Раскрытие перспектив данного направления в контексте актуального состояния глобального коммунікаційного пространства определяет цель нашего исследования.

Медийная грамотность как компонент общей компетентности личности, обеспечивающий состояние ее информационной защищенности, предусматривает наличие навыков осознанного потребления разрозненного контента средств массовой коммуникации, фильтрации медийных потоков, формирования информационной картины мира, основанной на критериях объективности и системности. В структуру медийной грамотности входит также способность личности самостоятельно противостоять информационным угрозам на всех уровнях их проявления. Обеспечивать формирование подобных компетенций должна, в первую очередь, система образования (формального и неформального) – это общепризнанный факт, – а также неформальное обучение, неизбежно расширяемое в связи с внедрением в повседневные практики средств медиатизации и информатизации.

Наше предположение заключается в том, что в условиях пандемии COVID-19, распространения практики социального дистанцирования, введения режима

самоізоляції і в цілому – радикального змінення механізмів суцесвенного взаємодіяння в 2020 г. статус медійної грамотності в структурі суцесвенної грамотності претерпеває критически важну трансформацію. Во-перших, в «суцесвенно дезінтегрованому суцесвені» раетет потребленіе медійного контента різних форматів і статусів – вострает значеніе інформаційного обмену, котрий начатет іграть роль звязуючого елемента розрозненних гражданских структур. Суцесвенно, раетет риски маніпулювання суцесвеніем аудиторії через інформаційний продукт суцесвен массової коммунікації, а таке розпространенія нових суцесвенів протівоправної діяльності в медіасфері. Во-вторых, таке положеніе дел ускоряет естесвенну еволюцію суцесвенів і методів медійного взаємодіяння в суцесвені, делает как нікогда ранее востребованными (более того – житенно необхідними) навьки житні в цифровому і медійному пространстві. К примеру, обученіе в дистанційному форматі із одного із востомогательных, перспективных форматів предоставленія образовательных услуг превратилось в формат домінующей, іногда даде безальтернативной. В-третьих, пандемія мнокократно ускорила розвитіе медіаобразованія, заставила говорити о медійной грамотності как об одном із найважнейших елементаів в суцесвені «мягких навьков» лїчности. Полагаем, что в этой звязи можно вести речь о необходимости признанія новой парадигмы інформаційной компетентності лїчности, котрая не утратит суцесвен актуальності і в суцесвені отступленія пандемії COVID-19. Ее проявленіем должно стать ускоренное розвитіе на різних уровнях медіаобразованія – суцесвені образовательных программ, реализуемых в учреждениях образованія различного уровня і вне их, направленных на формирование медіаінформаційной грамотності в широкім пониманії.

На індивідуальному рівні медіаобразованіе способно обеспечить суцесвен інформаційної захищенності лїчности через формирование навьков безопасного поведенія (в первую очередь, в коммуникативном пространстві Інтернета), усвоеніе механізмів самостоятельной первичной диагностики потребляемого медійного продукта і выявленія в его структурі фейковых суцесвененій, маніпулятивных стратегій, открытой дезинформации.

В масштабе суцесвенных групп (что особенно важно в условиях пандемии) медіаобразованіе формирует навьки коммунікації (на уровне как технической реализации, так і межличностных коммуникативных практик) в условиях физического дистанцирования, первичного критического осмысленія медіадискурса, кристаллизации оценочных суждений, готовых выразитиься в практиках гражданского взаємодіяння. Наконец, на массовом уровне медіаобразованіе становится фактором суцесвенной інформаційной устоячивости суцесвенства, способности государства протівостояти внешним і внутренним угрозам інформаційной безопасности. Отметим, что вне зависимости от уровня, на котром реализуется медіаобразованіе, следует учитывать необходимость согласованного развития трех его елементаів:

(а) технологического (связан с компетенциями использования техники, устройств, программного обеспечения);

(б) коммуникативного (связан с компетенциями создания, распространения, потребления, обмена, трансформации, уничтожения информации);

(в) мировоззренческого (связан со способностью определять социальные последствия потребления медийного продукта, выявлять скрытые механизмы манипуляции, отличать информацию от дезинформации, правдивую новость от пропагандистского посылы и т.д.).

В объективных условиях ускоренного развития медийной грамотности, стратегической задачей учреждений образования становится обязательное включение в систему формируемых у обучающихся компетенций перечисленных выше навыков. Тактически это возможно через разработку и внедрение новых курсов медиа- и цифровой грамотности, а также включение элементов медиаобразования в уже существующие дисциплины гуманитарного цикла. Необходимо признать факт: определенный уровень медийной грамотности обществом будет достигнут неизбежно, исходя даже из практик неформального обучения и самообразования, затрагивая в основном технологический и, в меньшей степени, коммуникативный элементы, однако его мировоззренческая составляющая требует системного и целенаправленного подхода, который может быть реализован только в системе формального образования. Например, в Могилевском институте МВД, нами разработан и внедрен курс «Интернет-коммуникация в деятельности органов внутренних дел» (Венидиктов, 2017). Он направлен на изучение существующих в современной психологии и социологии концепций информационного общества, особенностей коммуникации и взаимодействия в сети Интернет, специфики сетевых сообществ как социальных групп, пространства интернет-коммуникации как места реализации различных социальных и правовых практик, а также влияния компьютерной коммуникации на личность пользователя. Элементы медийной грамотности формируются также опосредованно в процессе изучения дисциплин социально-гуманитарного цикла.

Выводы. Таким образом, развитие медийной грамотности является перспективным направлением противодействия деструктивному информационному влиянию и одним из основных факторов обеспечения информационной безопасности. Медийная грамотность как цель медиаобразования и один из ориентиров общегуманитарной подготовки личности, на наш взгляд, может быть сформирована на массовом уровне лишь в условиях взаимодействия образовательной и научной среды, политических институтов, структур гражданского общества и, что особенно важно, профессиональных и независимых СМИ. При этом ситуация ускоренного развития медийной грамотности как объективное следствие изменения типа опосредованной сетевой коммуникации в глобальном формате превращают

інформаційну безпеку в необхідне умови соціального взаємодія.

Література:

1. Вендиктов, С. В. (2017). Інтернет-комунікація в системі підготовки кадрів для органів внутрішніх справ. *Общественная безпека, законність і правопорядок в III тисячелітті* : збірник статей, 3(1), 49–54.
2. *О Концепції інформаційної безпеки Республіки Білорусь*: Постанова Ради Безпеки Респ. Білорусь від 18 березня 2019 р. № 1.

О. Л. Вознесенська,

к. психол. н., с. н. с.

*Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
член Ради правління ГС «Національна психологічна асоціація»,
президент ВГО «Арт-терапевтична асоціація» (Київ)*

ПОРУШЕННЯ ОСОБИСТИХ МЕЖ ЯК ІНДИКАТОР ПСИХОТРАВМАТИЗАЦІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: МЕДІАВИМІРИ ТА МЕДІАРЕСУРСИ ПОДОЛАННЯ

Анотація: В матеріалах всесторонньо розглядаються особистісні межі, умови їх порушення, феномени, які супроводжують цей процес, різні види травм, щовиникають у людей в умовах пандемії та медіаресурси їх подолання.

Ключові слова: психотравма, особисті межі, медіа, пандемія коронавірусу.

В назву тез нами було винесено поняття «межі». Що маєтсья на увазі? **У психологічному становленні людини важливим є формування особистісних меж, власної особистої зони, допустимої межі контакту. Травматичні події викликають порушення психологічних меж людини, сильні почуття гніву, страху тощо (Вознесенська, 2016).** І навіть у визначенні психотравми ми говоримо про «позаМЕЖні переживання», почуття поза межами буденності, отже, будь-яка травма передбачає порушення меж – особистості, групи чи суспільства взагалі (коли йдеться, наприклад про інформаційну війну, події і повідомлення якої порушують межі майже усіх людей в країні).

Психологічні межі **відділяють наші** почуття від почуттів інших людей. Наявність меж створює правила взаємодії між людьми, що визначають міру втручання в особисті межі один одного. Згідно М. Туфнеллу, здатність до постійної адаптації до зовнішніх змін і стресів в значній мірі визначається гнучкістю психологічних меж людини (Tufnell, 2000). **Порушенням меж** є будь-який вплив на будь-яку сферу життя людини проти її волі та бажання: психологічного характеру – тиск, примус, залякування, маніпуляції. Будь-які шоківі травми позначатимуться на формуванні особистих меж і якості вже сформованих. Люди, які зазнали травми, почувають себе не захищеними, вони закриті до взаємодії з іншими, поділяють інших на «своїх» та «чужих» – їх межі

є занадто жорсткими і не дають можливості прийняти допомогу. Або ж – навпаки – вони не відчувають своїх меж, їхні межі стискаються і знаходяться десь в середині тіла. А перебування в воронці травми викликає крім зрозумілих страху, пригніченості, стискання, занепаду сил, скутості, ще й прагнення до самообМЕЖення та саморуйнування.

В цьому сенсі **пандемія коронавірусу** та карантинні заходи, які виступали запобіжниками його поширенню, стали тим порушенням особистісних меж багатьох людей та груп, яке можна розглядати як індикатор психотравматизації. Певний «примус» до самоізоляції, неможливість працювати у звичному режимі, зустрічатися з друзями впродовж довготривалого карантину – все це спричинило травмівну реакцію. І сформовані, здорові психологічні межі особистості, можливість ними управляти, їх здатність до рухливості (за Ф. Перлзом) і гнучкості, що є необхідною умовою розвитку дитини від залежності до самостійності, індикатором особистісної автентичності (за Т.С. Леві; *Леві*, 2009), зазнали сильних змін. Феномени, які пов'язані з особистісними межами – **ідентифікація і відчуження** – набули особливого значення. Порушення меж призвело до травмівного формування патологічних структур особистості – такої, що занадто все контролює і характеризується жорсткими межами і страхом «загубити» свою незалежність через поширення коронавірусу (згадаємо безліч статей та постів в соціальних мережах стосовно «теорій змов», штучності вірусу і т.ін.), або залежної з розмитими межами, що має проблеми з сепарацією і незалежністю і занадто великий страх заразитися (і через це не може вийти з дому, навіть із запобіжними засобами).

І все це відбувалося в умовах вибухоподібного розвитку інформаційного суспільства, в умовах **безМЕЖності інформаційного простору**, експонентного зростання потоку інформації, інформаційного перевантаження, яке ми розглядаємо як надлишок інформації, що впливає на нашу свідомість. Таким чином під час карантину створилися нові умови життя, де кожен – в небезпеці, адже ми довіряємо все медіапристроєм, інтернету, де немає гарантії достовірності. І не лише збільшується кількість інформації, а й спрощуються шляхи її отримання і поширення – телефон, мобільний інтернет, месенджери тощо. Інформація так само швидко перекручується і старіє, як і виробляється.

Важливим показником здорових меж особистості є здатність до прийняття інших такими, якими вони є насправді, високий рівень толерантності до іншого, повага будь-якої думки, атмосфера терпимості і довіри. А що ми можемо спостерігати в соціальних мережах? Л.А. Найдьонова, аналізуючи медіапсихологічні феномени інфодемії, виділяє **поляризацію**, як «відповідь психіки на існування в умовах самоізоляції та карантину і обмеження контактів інформаційними-комунікаційними технологіями» (*Найдьонова*, 2020). Додамо поширення стигматизації тих, хто хворіє на коронавірус або ж літніх людей, що не мають родичів, які принесуть продукти, і навіть просто нападки на тих, хто не одягнув на вулиці захисну маску (згадаємо «арешт» пловця).

Причому ситуація пандемії коронавірусу і карантинних заходів запобігання його поширенню зачепила й територіальні межі особистості (здатність відрізнити своє від чужого, відчувати свою територію, свої речі, своє місце в домі, й соціальні або рольові межі (пов'язані з роллю, з якою людина себе ідентифікує і з групою, до якої він належить), й межі сім'ї. Розглянемо ці порушення трохи детальніше в медіа-контексті.

Територіальні межі особистості зазнали впливу через неможливість (або обмежені можливості) пересуватися містом (відсутність громадського транспорту), вести звичний спосіб життя (наприклад, випити каву в кав'ярні, як кожного дня під час перерви на роботі, поїхати у відрядження чи подорожувати). В середині сім'ї територія, яка зазвичай мала функцію спільного проведення часу, і де було своє місце в кожного, «поділилася» на зону навчання/роботи, зону господарювання і зону відпочинку. З'явилися «заборонені» для перебування зони (наприклад, тут мама пише статтю, а тут папа веде перемовини і не можна зварити каву, а дитину не можна турбувати, адже в неї онлайн-уроки, а якщо це все в одній кімнаті чи кухні?). Додамо до цього неможливість усамітнитися, сконцентруватися на своєму завданні.

Соціальні або рольові межі не просто зазнали змін, а й переплуталися – чи то мати, чи директорка, чи то чоловік чи менеджер. Навіть високий рівень здатності до перемикавання ролей не міг допомогти перебувати в двох ролях одночасно – бути і мамою і вчителькою, татом і прокурором.

Розглядаючи сім'ю як систему, що діє, функціонує, розвивається за своїми законами, не можна оминати питання сімейних меж, на які ситуація карантину надала великого впливу. Межі, одне з найголовніших понять сімейної психології та психотерапії, використовують для опису стосунків між сім'єю та соціальним оточенням, а також між різними підсистемами всередині сім'ї (індивідами, діадами тощо). І розвиток меж є важливим параметром еволюції сімейних систем, адже на них заснована структура родини й, відповідно, зміст її життя. Це – правила, що визначають, хто і як бере участь у взаємодії. Згідно з дослідженнями у цій галузі, жорсткі межі сім'ї призводять до розмивання меж всередині неї, злиття, заплутаності сімейної системи. І навпаки, якщо зовнішні межі сім'ї розмиті, в сім'ю включається багато поколінь, навіть сторонні люди, то щільність меж між членами сім'ї зростає до формування роз'єднаної сім'ї – коли усі її члени майже не спілкуються один з одним, не мають спільних інтересів, функціональність сім'ї порушується.

Карантин змусив багато родин перетворитися на заплутані системи (із заплутаними територіальними та соціальними межами кожного члена). Дефіцит зовнішнього спілкування поступово призвів до формування єдиної думки, взаємоподілу почуттів, нівелюванню індивідуальних розбіжностей у потребах, а отже, «сприяв» стагнації процесів сімейного розвитку. В 2010 році ми зазначали, що безмежність інформаційного простору навколо сім'ї, невизначеність його меж, включеність телевізору у «члени сім'ї», можливість спілкування на відстані за допомогою медіа та інші ознаки інформаційного суспільства призводять до

руйнації норм сімейного життя – до роз'єднання членів родини, зростання емоційної відстані між ними, зниження згуртованості (Вознесеньська, 2010). На фоні пандемії коронавірусу почалися зворотні процеси, і в деяких випадках все стало навпаки: дуже близька емоційна дистанція не дозволяє навіть усвідомити власні потреби і бажання.

Впливу зазнали і часові межі особистості та родини. Раніше час кожної людини розподілявся між навчанням/роботою, домашньою працею та дозвіллям. Під час карантину, в умовах дистанційності, офіс, школа, їдальня і домашній опинилися в одній квартирі, одному приміщенні одночасно. Дім з місця дозвілля, де сім'я проводить час разом і з задоволенням, перетворився на кілька різних просторів, які існують в одному часі.

Розвиток інформаційного суспільства «сприяв» посиленню психотравмувального впливу на людей і ефекту порушення особистісних меж. Найпоширенішою стала травма, пов'язана з перцепцією – **«Я-очевидець»**: негативно емоційно забарвлені повідомлення про захворілих на коронавірус вривалися в інформаційний простір кожної людини та родини, поширені ЗМІ панічні настрої («Ми всі помremo») тиражувалися соціальними мережами, отже, навіть якщо людина не дивиться телебачення або не користується соціальними мережами, єдиний простір зі співмешканцями не давав можливості цього уникнути (Вознесеньська, 2017).

Поширилися **травми «порушення приватності»**, пов'язані з **«медіапорушенням» особистісних меж** (Вознесеньська, 2017): оприлюднення відеофрагментів з напіводягненими співмешканцями, які випадково потрапляють в камеру під час ефірів і відео-конференцій стали мемами. Домашній простір кожної людини, що працювала дистанційно, став надбанням багатьох. Приватність набула рис доступності для перегляду та тиражування.

В контексті медіа не можна обминути і вплив на психіку людини деяких аудіовізуальних ефектів: порушення меж на аудіо-рівні. Чи може дитина слухати вчителя, коли поруч батько підписує угоду, а мати спілкується з колегою по роботі? Чи може психолог вести групу і бути в контакті з клієнтами, коли його кіт стрибає перед комп'ютером чи собака виє під дверима? Звукові сигнали повідомлень різних месенджерів членів сім'ї вривалися в робочий та навчальний простір всіх.

Але медіапсихологічні феномени не лише посилювали стрес та травму, викликану пандемією та карантинном, а й сприяли подоланню її наслідків.

Інформаційно-комунікаційні технології надали можливість багатьом працювати дистанційно – вести перемовини, збиратися для обговорень, спілкуватися з клієнтами та колегами, обмінюватися думками і документами, водночас залишаючи можливість зберегти свою приватність, вимкнувши камеру та мікрофон.

Неможливість подорожувати була компенсована новими віртуальними сервісами: відвідування музеїв, виставок, концертів та спектаклів онлайн.

Поширення набули онлайн-тури і онлайн-розваги. І, можливо, хтось отримав доступ туди, куди в реальності не зміг би потрапити.

Особисті медіа надавали доступ до інтернету всім членам родини одночасно. Відновленню особистих меж сприяла можливість поринути у віртуальний світ: якщо я хочу усамітнитися, я можу почитати, поспілкуватися в месенджерах та соціальних мережах, подивитися в навушниках фільм і відпочити; якщо я втомився від спілкування – я можу перервати контакт в будь-який момент. Якщо я відчуваю себе самотнім і потребую спілкування – в мене є можливість з кимось познайомитися онлайн. Завдяки інтернету багато людей, що потребували психологічної допомоги, мали можливість отримати її дистанційно.

Отже, в умовах пандемії медіа виконували як травмівну так й підтримувальну і відновлювану роль. Запобіжні заходи у виді самоізоляції призвели до порушення особистих меж як індикатора психотравматизації майже кожної людини: територіальних, рольових, сімейних (в т.ч. меж між підсистемами). Поширення ЗМІ панічних і часто неправдивих повідомлень, тиражування їх в соціальних мережах призводило до медіатравми «Я – очевидець», відбувалося «зараження» всередині кожної родини, в якій хоча б один співмешканець дивиться телевизор чи має доступ до інтернету. Поширилася медіатравма «порушення приватності», пов'язана з оприлюдненням домашнього простору під час відеозв'язку. Водночас медіа надавали можливість працювати/навчатися дистанційно, поширилися онлайн-розваги та онлайн-подорожі. Віртуальний світ надав можливості усамітнитися та відпочити, отримати психологічну підтримку і просто поспілкуватися.

Література:

3. Вознесенська, О., & Сидоркіна, М. (2016). Арт-терапія у подоланні психічної травми: Практичний посібник. Вид. 2е: випр. та доповн. (р. 202). Київ: Золоті ворота.

4. Вознесенська, О. (2017). Імплицитна типологія медіатравм в контексті медіаактивності особистості. Retrieved 18 June 2020, from <http://mediaosvita.org.ua/book/voznensenska-o-l-implitsytna-typologiya-mediatravm-v-konteksti-mediaaktyvnosti-osobystosti/>

5. Вознесенська, О.Л. (2010). Сім'я в інформаційному суспільстві: зміна норми. Психологічні перспективи, Спеціальний випуск, сс.16-26.

6. Леви, Т., 2009. Динамика психологических границ в процессе личностно-развивающей работы, основанной на телесном движении. Культурно-историческая психология, 1, сс. 36-41.

7. Найдьонова Л. А. (2020). Медіапсихологічні феномени інфодемії. In: Досвід переживання пандемії covid-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка: матеріали онлайн-семінарів 23 квітня 2020 року «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 травня 2020 року «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії covid-19 і карантину», наук. ред. М.М. Слюсаревського, Л.А. Найдьонової, О.Л. Вознесенської, сс. 6–9.

8. Tufnell, M. Beneath, 2000. Our Words. In: What Dancers do that other Health Workers Don't..., Greenland, Penny, ed. Leeds, UK: JABADAO Centre for Movement Studies, pp. 9–29.

В. В. Зеленін,
канд. псих. наук, доцент
кафедри політичної психології та
соціально-правових технологій
НПУ ім. М.П. Драгоманова, м. Київ

ПСИХОСЕМАНТИКА МІФОДИЗАЙНУ: ДО ПИТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Анотація: Матеріали розкривають тему забезпечення інформаційної безпеки за допомогою психосемантичних психотехнологій міфодизайну

Ключові слова: психосемантика, міфодизайн, інформаційна безпека.

Сучасний інформаційний та медіапростір України є полем семантичного протиборства. На тлі залишків колоніальних (ще від російського імперіалізму) та рудиментарних (радянських) ідеологізованих міфів відбувається експансія міфології колективного «заходу». Ця боротьба строкатої суміші протилежних, часто взаємовиключних ідей, сенсів, концептів та символів не тільки дезорієнтує масову свідомість українців, але й в умовах загострення інформаційної війни (починаючи з 2013 року) веде до чисельних психологічних травм – медіатравм.

Отже одним з нагальних питань інформаційної безпеки нашої держави є впровадження в інформаційну та культурну політику України психотехнології керування медіареальністю, які спроможні компетентно зцілювати медіатравми в різних верств населення, особливо в тих, що зазнали найбільшої травматизації: біженці, переселенці, учасники бойових дій в АТО, пересічні громадяни, які стали жертвами семантичної війни. Крім того, ми вважаємо доцільною не тільки корекційну, але профілактичну й просвітницьку роботу з питань медіатравматизації, медіаграмотності та медіабезпеки, яка має сформувати потужний «медіаімунітет» населення – стійку систему світоглядних переконань та поглядів, що спиратиметься на архаїчне підґрунтя національних архетипів колективного несвідомого та системно розбудовану соціальну конвенцію – масові та групові копінг-сценарії адекватного реагування на медіастреси й медіаатаки. Актуалізацію таких архетипів та напрацювання тих копінг-стратегій можуть забезпечити психотехнології міфодизайну [3].

На жаль сьогодні більшість спеціалістів, які працюють з медіатравмою, не зважають на її природу. Для реабілітації та терапії постраждалих вони застосовують інструментарій індивідуального та групового консультування і психотерапії. На нашу думку, медіатравма є феноменом масової свідомості, отже для її корекції та терапії мають *мультідисциплінарно* застосовуватися методи та

методики міфодизайну, науково-методологічною базою яких є напрацювання психології мас (Г.Лебон), політичної психології (Д. Ольшанський, Ю. Шайгородський), медіапсихології (Л. Найдьонова), соціальної філософії (В. Андрущенко), антропології (К. Леві-Строс), семіотики (Р. Барт), медіа-дискурсу (Д. Матісон), дискурсивної психології (Дж. Поттер, М. Уезерел), психосемантики (В. Петренко), психолінгвістики (Т. Гарлі, О. Леонтєв) та ін.

Окремо слід зауважити ще два важливі аспекти роботи з медіатравмою. Перший з них – це процеси в світовому суспільному житті й культурі другої половини ХХ століття і на початку ХХІ століття, які визначає поняття *постмодернізму*. Це – загальний світоглядний контекст, який задає параметри медіа-дискурсу: скептично-знецінююче, іронічно-відсторонене відношення до універсальних ідей (ідеологій) та пропагандистських концептів (Ю. Габермас, Ж. Бодрійяр, У. Еко). При роботі з медіатравмою це означає, що інформаційна безпека держави чи окремих верств населення вже не може бути забезпеченою шляхом індоктринації населення – насичення масової свідомості населення країни певним (бажаним і вигідним уряду чи політичної організації) ідеологічним, соціально-політичним і психологічним вмістом у формі системи переконань, образів, установок, стереотипів.

Другий аспект відображає характеристики простору, в якому може статися медіатравма. Цифровий простір традиційних і соціальних медіа спричиняє суттєві психологічні відмінності сучасних користувачів (Net Generation) – медіа-людей *кліпової культури* (Е. Тоффлер), що багато часу проводять у віртуальній реальності, займаючись постфольклором [2]. Ці особливості світосприйняття, безумовно, мають враховуватися при роботі з медіатравмою.

Отже, розуміння методологічних джерел, суспільних та технологічних (цифрових) реалій спричинення медіатравми має ставати передумовою для тих, хто ставить собі за *мету* дослідження питань забезпеченні інформаційної безпеки за допомогою психосемантичних психотехнологій міфодизайну.

Методи психосемантики (від грецьк. *semantikos* – позначати) як галузі психології, що вивчає походження, будову та функціонування індивідуальної, групової та масової системи значень, що опосередковують процеси сприйняття, мислення, пам'яті, прийняття рішень [5], застосовується у міфодизайні в парадигмі психотехнічної теорії [1].

Психосемантичний аналіз інформаційного й медіапростору у міфодизайні зокрема спирається на відомий «семіотичний трикутник» Огдена-Річардса [6]. Згідно цієї методики у травмогенеруючому медіавпливі можуть бути виокремлені: *об'єкти* (образи реальної дійсності), *знаки* (імена й символи, якими позначають ті об'єкти) та *концепти* (поняття та мапи світобачення), що слугують інтерпретаціями-командами – як поводитися по відношенню до тих об'єктів та знаків. Інакше кажучи, психологічна реакція користувача медіаконтенту (приміром, медіатравма) узалежнена від того, які знаки та концепти будуть приписані об'єктам та подіям реальної дійсності, трансльованим у медіа.

Свого часу цей ефект був описаний у роботах Курта Левіна з теорії поля, присвячених дослідженню ефекту так званого «військового ландшафту» – сприйняття простору через призму минулого (травматичного) досвіду. Сьогодні мас-медіа за допомогою психотехнологій міфодизайну навіюють масам фільтри (фрейми) травматичного (чи навпаки опосередкованого) сприйняття будь-яких подій. Велике значення у цьому відіграють знаки (семіотика).

Ґрунтуючись на широковідомих роботах Чарльза Сандерса Пірса (1837-1914) з семіотики, ми у психосемантиці міфодизайну часів СРСР можемо виокремлюємо три типи знаків [3]:

- *знаки-ікони* (icon) – образотворчі знаки, в яких те, що означається, і те, що означає, пов'язані між собою за подобою (наприклад, знаком-іконою були пам'ятники і бюсти В. І. Ульянова-Леніна в містах Радянського Союзу, а також його зображення (що характерно, різного віку!) на жовтеньських, піонерських та комсомольських значках, на грошових знаках СРСР, в партійних квитках членів КПРС і т.д.);

- *знаки-індекси* (index), в яких те, що означається, і те, що означає, пов'язані між собою за розташуванням у часі та/або просторі (приміром, знаковими в СРСР були щорічні ювілей-демонстрації – 7-е листопада, Перше Травня та ін.);

- *знаки-символи* (symbol), в яких те, що означається, і те, що означає, пов'язані між собою в рамках певної конвенції, тобто ніби за попередньою домовленістю (наприклад, червона зірка і комунізм, свастика і націонал-соціалізм, шестикутна зірка Давида для сіоністів і таке ін.).

Сучасний міфодизайн дозволяє не тільки державним інститутам, але й окремим групам людей створювати та розповсюджувати в медіа надпотужні медіанаративи, здатні травмувати маси. Приміром, якщо проаналізувати відео-кліп «Дядя Вова, ми з тобою!» (див. QR-код), можна помітити, як російські пропагандисти використовують:

- *об'єкти* (церкви, пам'ятники загиблим у Другій світовій війні, дітей у військовій формі, мілітаристські образи російських військовиків та ін.);

- *знаки* (знаки-ікони, знаки-індекси, знаки-символи);

- *концепти* («у Євросоюзі єдиної думки нема», «Близький Схід стогне від біди», «за океаном залишився без влади Президент», «якщо головний командир покличе у останній бій (!), дядя Вова – ми з тобою!», тощо)

Психосемантика допомагає міфодизайнеру в дослідженні різних форм існування значень в індивідуальному, груповому та масовій свідомості. Це стосується також образів, символів, символічних дій, а також знакових і вербальних форм масової комунікації. Ми можемо як аналізувати вплив мотиваційних чинників і емоційних станів суб'єкта на систему значень, що у нього формується, так і вплив символів і знаків на психіку окремої людини, групи і масову свідомість. Ключовими характеристиками міфодизайну є:



• *інтерактивність* – мифодизайн подібно до соціальних мереж створює простір медіареальності, де користувачі отримують можливості самопрезентації, спілкування, обміну інформацією, заняття бізнесом і т.д.;

• *продуктивність* – мифодизайн надає масам можливість співтворчості (нової «народної творчості», постфольклору), адже всередині структури міфу кожен може зробити свій внесок: обговорювати, добудовувати окремі елементи міфу, створювати власний контент: відео, фотоколажі, тексти і т.п.;

• *конструктивність* – мифодизайн спрямований на спільне творення, а не на конфронтацію; на конструктивне смислоутворення, а не деструктив і руйнування міфологічного простору.

Висновки. На нашу думку актуальними завданнями психосемантики мифодизайну при розбудові індивідуальної, групової та масової інформаційної безпеки є сукупність тактичних, стратегічних та перманентних завдань. Зокрема, *тактичні* завдання: мобілізація населення для ведення гібридної війни (навчання психотехнологіям самозахисту, критичного мислення, медаграмотності тощо); боротьба з корупцією та просування реформ (медіатехнології мирного супротиву та самоорганізації) та українізація менталітету як інтегруючий фактор згуртування суспільства та зменшення його конфліктогенності. До *стратегічних* завдань мифодизайну відносяться: інтеграція (єднання) й відновлення (оздоровлення) української нації (медіа-терапія історичних травм та медіатравм); формування національної ідентичності в умовах глобального інформаційного простору; позбавлення постколоніального мислення та залишків радянських міфів. Й нарешті *перманентними* завданнями вітчизняного мифодизайну є: очищення масової свідомості українців від ворожих та деструктивних ідеологічних конструктів; осучаснення національно-світоглядних міфів та створення нео-міфології; культурна, мистецька й духовна експансія українства в світі.

Література:

1. Василюк Ф.Е. От психологической практики к психотехнической теории / Федор Ефимович Василюк – М.: Московский психотерапевтический журнал, 1992, №1. с. 15–32.
2. Денисюк Ж.З. Постфольклор інтернет-комунікації в аксіологічному вимірі. Монографія. / Жанна Захарівна Денисюк. – К. : Вид-во «НАКККіМ», 2017. – 384 с.
3. Ділі Дж. Основи семіотики / Джон Ділі ; переклад з англ. та наук. ред. Анатолій Карась. – Львів : Вид-во «Арсенал», 2000. – 232 с.
4. Зеленін В.В. Основи мифодизайну: психотехнології керування медіареальністю. Навчально-методичний посібник / Всеволод Володимирович Зеленін. – К. : Вид-во «Гнозіс», 2017. – 168 с.
5. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – 2-е изд., доп. / Виктор Фёдорович Петренко. – СПб.: Изд-во «Питер», 2005. – 480 с.
6. Ogden C. K., Richards I. A. The Meaning of Meaning. – New York, Harcourt, Brace & World, Inc., 1923. – 451 p.

П. С.Кабанова,
студентка 3 курсу бакалаврату,
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕМПАТІЇ У ЛЮДИНИ СТОСОВНО АНТРОПОМОРФНИХ РОБОТІВ

Анотація: Матеріали презентують результати емпіричного дослідження, яке було направлене на вивчення прояву емпатії у людей до антропоморфних роботів.

Ключові слова: роботи, антропоморфні роботи, емпатія, роботопсихологія.

Статистичні дані вказують на те, що роботи стають невід'ємною частиною життя соціуму. Зростає продаж моделей соціальних роботів: на початок травня 2018 року було продано більше 12000 екземплярів антропоморфних роботів (АР) Pepper («SoftBank Taps Affectiva to Boost Pepper Robot's Emotional IQ – Affectiva», 2018), функціонал яких спрямований на повсякденну взаємодію з людиною і спільне з нею проживання.

Дослідження М. Біллінгхерста і Д. Вена довели, що прояви емпатії по відношенню до робота може загрожувати фатальними наслідками (Wen et al., 2019). У той же час, дослідження Р. Лоскіна виявило, що чим більш «людяна» буде поведінка роботів – медсестер, тим якісніше вони виконуватимуть свою роботу (Locsin et al., 2018).

Результати дослідження А. М. Розенталь-фон дер Пюттен показали, що демонстрація насильницької взаємодії як з роботом, так і з людиною призвела до подібних моделей нейронної активації в класичних лімбічних структурах у респондентів. Тем не менш, дані фМРТ вказують на те, що у негативних ситуаціях люди схильні більш емпатично ставитись до людини, ніж до робота («Neural Correlates of Empathy Towards Robots», 2013). Беручи це твердження до уваги, виникає питання про те, чи існують універсальні ситуації, при яких людина – спостерігач буде однаково емпатично ставитися і до робота, і до людини.

Метою цих матеріалів є презентація результатів емпіричного дослідження, яке було направлене на вивчення прояву емпатії у людей до АР.

Емпіричне дослідження було проведене в онлайн режимі, у травні 2020 року. Вибірка (66 респондентів) формувалась за принципом «снігового кому». План дослідження складався з таких етапів:

1 етап: опитувальник «Рівень співчуття» розроблений в 2004 році С. Бароном-Коеном і С. Уілрайт (Baron-Cohen & Wheelwrights, 2004).

2 етап: власний опитувальник направлений на комплексне виявлення рівнів емпатії у системах «людина – людина» і «людина – АР».

Даний опитувальник являє собою 21 слайд, на яких представлені фотографії, що зображають людину або робота у однотипних ситуаціях. Для відповіді на кожному слайді присутня шкала з 5-бальною системою оцінки і з повзунком із двома полярними значеннями («Мені байдуже» і «Співчуття»). Найвища можлива оцінка, 5 балів, позначає максимальний рівень співчуття, найнижча можлива оцінка, 0 балів, позначає його мінімальний рівень.

Усі зображенні на стимульному матеріалі роботи – антропоморфні, але – до певного рівня. На фотографіях не представлені занадто людиноподібних роботів заради того, щоб мінімізувати можливість викликання ефекту «моторошної долини».

Ситуації з головною дійовою особою роботом, в цілому, викликали менший рівень співпереживання у порівнянні із ситуаціями з головною дійовою особою – людиною. У першому випадку середня оцінка склала 2,9. У другому випадку, вона знаходиться на позначці 3,9. З чотирьох слайдів з дійовою особою – роботом, які отримали найвищу оцінку (у діапазоні 3,4-3,6), три демонструють ситуації, пов'язані з переживанням фізичного болю.

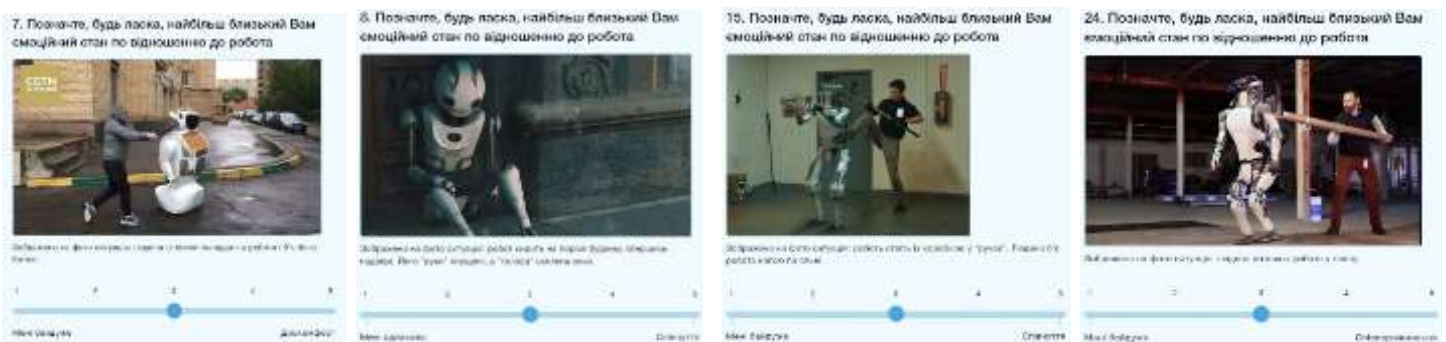


Рис.1. Група слайдів з головною дійовою особою–роботом, які викликали найбільш сильний емоційний відгук.

Три з них, №7, № 15 і № 24, пов'язані з безпосереднім фізичним насильством по відношенню до головної дійової особи. Робот знаходиться у пасивній позиції, не надаючи опору. Більш того, на кожному з цих трьох слайдів удар наноситься роботу зі сторони спини.

З чотирьох слайдів з дійовою особою – людиною, які отримали найвищу оцінку респондентів (у діапазоні 4,5-4,7) три демонструють ситуації, пов'язані з переживанням фізичного болю.

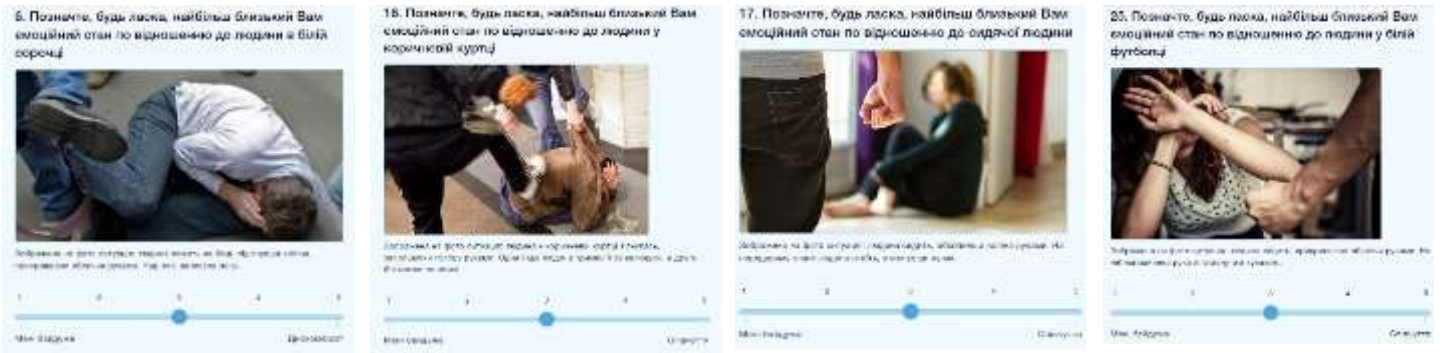


Рис. 2. Група слайдів з головною дійовою особою—людиною, які викликали найбільш сильний емоційний відгук

Три з них, №25, № 6 і №16, пов'язані з безпосереднім фізичним насильством по відношенню до головної дійової особи, на слайді №17 такий же характер ситуації може бути зчитаний виходячи з контексту зображення – акцент на стиснутому кулаці на передньому плані і покірній позі жертви на задньому виступають очевидними символами насильства. Спільними для кожного зображення є образ знеособленої жертви і знеособленого ж агресора, який представлений лише частиною тіла – кулаком, руками, ногами.

Був виявлений зв'язок між оцінками слайдів з дійовою особою – роботом і психологічними та соціально-демографічними даними респондентів, до яких були включені рівень емпатії за тестом EQ, стать, вік (від 16 до 70 років) та сфери діяльності (ІТ-сфера, домогосподарча діяльність, сфери управління/власники бізнесу, культурно-медійна діяльність, сфера послуг, діяльність в сфері охорони здоров'я та соціальних послуг, науково-аналітична діяльність). Це дозволило нам виділити орієнтовну групу людей, схильних ставитися до роботів найбільш емпатійно. Більшість респондентів (62,1%) мають середній рівень емпатії за тестом EQ. Також, по відношенню до роботів, більшість опитаних жінок (70,6%) продемонстрували високий рівень емпатії. Найбільш емпатійною виявилася вікова група 33-39 років (найбільша частка високих балів – 35,3%). Зайняті у ІТ-сфері респонденти схильні ставитись до роботів із найбільшим співчуттям (найбільша частка високих балів – 35,3%).

Висновки. Результати проведеного дослідження показали, що, люди, загалом, здатні проявляти емпатію до людиноподібних роботів, але, також були виявлені певні особливості.

Ситуації, пов'язані з очевидним проявом насильства по відношенню до об'єкта емпатії – будь цей об'єкт людиною або АР – викликають найбільш сильну емоційну реакцію. Необхідно відмітити, що серед чотирьох найбільш високо оцінених слайдів з героєм-людиною, два зображають ситуації із жінками. Високий рівень співпереживання героїням даних сцен можна пояснити, зокрема актуальною соціальною аджендою – питання домашнього насилля, а на вищевказаних фотографіях ми бачимо саме його, широко обговорюється і

поступово ця проблема перестає бути прихованою, стає прийнятним, навіть схвальним говорити про це і вказувати свою підтримку постраждалим. В якійсь мірі, емпатійне ставлення до жертв домашнього насилля стає соціальним рефлексом (Snyder, 2019).

Серед зображень з роботами, які викликали найбільш сильне співчуття, можна виділити два типи ситуацій: очевидне фізичне насильство по відношенню до робота і емоційне переживання. Це конкретне зображення «сумного» робота єдине викликало значну реакцію у респондентів, не дивлячись на те, що в тесті були присутні і інші йому подібні, але з однією глобальною відмінністю – на них були представлені фотографії реальних роботів, а не малюнки. Ймовірно, поєднання мультиплікаційно вираженої «сумної» міміки, пози і антропоморфного, але все ще очевидно механічного тіла дозволяє уникнути ефекту «моторошної долини» і викликає співпереживання у людини-спостерігача (Misselhorn, 2009). Емоційна ж реакція на зображення із проявами очевидного насилля може бути пояснена тим, що конкретна подія зчитується не на рівні фізичного впливу, а на рівні впливу емоційного. Коли людина бачить подібні ситуації з роботом, вона починає сприймати робота не як механізм, а як учасника комунікативного акту.

Високі показники емпатії до роботів серед представниць жіночої статі можуть бути пов'язані із загалом більшою схильністю до емпатії у жінок (Christov-Moore et al., 2014). Така сфера діяльності, як інформаційні технології також може сприяти формуванню більш емпатичного відношення до АР і до роботів загалом. Навіть з урахуванням того, що подібна діяльність не обов'язково включає інтеракцію з роботами, вона передбачає тісний контакт з технікою, штучним інтелектом. Такі особливості діяльності можуть формувати емпатію до технічних пристроїв, ставлення до них, як до колеги, напарника. Подібний взаємозв'язок може нагадувати парасоціальні відносини.

В цілому, я хотіла б зазначити тенденції формування емпатії до роботів. Вже на даному етапі досліджень ясно, що людина здатна відноситися до робота зі співчуттям і співпереживанням і, ймовірно, сприймати його рівним собі, за допомогою ототожнення себе з ним, в чому не останню роль відіграє дизайн робота, його ступінь антропоморфності. Але, я вважаю, можна говорити про те, що успішність інтеракцій у системі "людина – робот" залежить не тільки від особливостей конструкції робота, але й від контексту ситуації та певних психологічних та соціально-демографічних даних людини.

Проте, з метою поліпшення і еффе́ктивізації взаємодії людини і робота, сфера взаємовідносин у даній діаді повинна бути більш детально вивчена. Крім того, отримані знання можуть бути застосовані не тільки в сфері сучасних технологій, але і в області вивчення психіки самої людини, так само, як на даний момент використовуються досягнення робототехніки в анатомії і медицині (Dal Moro, 2018).

Література:

1. Baron-Cohen, S., & Wheelwrights, S. (2004). Empathy Quotient. Psychology Tools. Retrieved 15 June 2020, from <https://psychology-tools.com/test/empathy-quotient>.
2. Christov-Moore, L., Simpson, E., Coudé, G., Grigaityte, K., Iacoboni, M., & Ferrari, P. (2014). Empathy: Gender effects in brain and behavior. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 46, 604-627. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2014.09.001>
3. Dal Moro, F. (2018). How robotic surgery is changing our understanding of anatomy. *Arab Journal Of Urology*, 16(3), 297-301. <https://doi.org/10.1016/j.aju.2017.10.001>
4. IEEE. (2013). Neural Correlates of Empathy Towards Robots. In *Human-Robot Interaction* (pp. 215-216). Duisburg. Retrieved 15 June 2020, from https://www.researchgate.net/publication/261491329_Neural_correlates_of_empathy_towards_robots.
5. Misselhorn, C. (2009). Empathy with Inanimate Objects and the Uncanny Valley. *Minds And Machines*, 19(3), 345-359. <https://doi.org/10.1007/s11023-009-9158-2>.
6. Snyder, R. (2019). *No visible bruises* (1st ed., pp. 256-258). Bloomsbury Publishing.
7. SoftBank Taps Affectiva to Boost Pepper Robot's Emotional IQ – Affectiva. Affectiva. (2018). Retrieved 15 June 2020, from <https://www.affectiva.com/news-item/softbank-taps-affectiva-to-boost-pepper-robots-emotional-iq/>
8. Wen, J., Stewart, A., & Billingham, M. (2019). *Band of Brothers and Bolts: Caring About Your Robot Teammate* (pp. 1-6). IROS.
9. Locsin, R., Tanioka, T., Ito, H., & Yasuhara, Y. (2018). *Humanoid Nurse Robots as Caring Entities: A Revolutionary Probability?* (pp. 146-152). July Press.

М.М. Кулеша-Любінець,

к. психол. н., доцент,

*доцент кафедри загальної та клінічної психології
фахівчиня Проєктно-освітнього центру ПНУ «Агенти змін»,*

Д. В. Олійник,

студентка IV курсу спеціальності «Психологія»,

Н. І. Лосяк,

студентка IV курсу спеціальності «Психологія»

*ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ*

**АБЕТКА ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я ЯК МЕДІАПСИХОЛОГІЧНИЙ
РЕСУРС У ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Анотація: Матеріали презентують технологію медіапсихології «Абетку психічного здоров'я», що була створена в рамках соціального проєкту «School of Mental Health»

Ключові слова: COVID-19, медіапсихологічні ресурси, психічне здоров'я, молодь

Сучасний світ зустрівся з масштабною надзвичайною ситуацією – пандемією COVID-19, що уже призвела до більш як 8 млн. жертв. За даними Центру громадського здоров'я станом на 15 червня 2020 року в Україні підтверджено 31810 випадків COVID-19, причому середній показник смертності становить 2,9% [4].

Введення карантинних заходів впливає на психоемоційний стан населення України та світу. Кожен із нас по-різному реагує на ці обставини та протидіє їм також по-різному. Ситуація кризи виявляє як сильні, так і слабкі сторони особистості. Відсутність досвіду адекватного реагування на подібні виклики призводить, на жаль, до погіршення психічного здоров'я та психологічного благополуччя особистості.

Повідомлення про етіологію, патогенез та поширення коронавірусної хвороби ми здебільшого отримуємо із мас-медіа, переглядаючи новини на телебаченні та у соцмережах. Проте не завжди інформація про пандемію COVID-19 є достовірною, до того ж такий медійний контент може мати психотравмувальний ефект, особливо для молодого покоління. Тому сьогодні актуальним питанням є створення психологічних онлайн інструментів промоції психічного здоров'я дітей та молоді як найуразливіших верств населення. Однією з таких ресурсних технологій медіапсихології є Абетка психічного здоров'я, створена в рамках соціального проєкту «School of Mental Health», що став переможцем конкурсу «Малі гранти Теплого Міста» (м. Івано-Франківськ).

«Абетка психічного здоров'я» – це збірка понять, які так чи інакше стосуються проблеми збереження та відновлення психічного здоров'я. Усі терміни та їх дефініції розміщені за алфавітом, що і формує абетку. Також це короткий, спрощений курс вивчення такого складного феномену як «психічне здоров'я» для підлітків та молоді, які хочуть не тільки ознайомитися з основними аспектами психічного здоров'я людини, але й навчитися технікам психічної саморегуляції та психологічної допомоги у складних життєвих ситуаціях [1].

Апробація електронної версії Абетки психічного здоров'я відбувалася на платформі Cisco WebEx, де автори активно взаємодіяли з учасниками зустрічі, пояснювали матеріал, відповідали на питання. Також кожен мав можливість дослідити ставлення до власного здоров'я, навчитися методам зниження психоемоційної напруги, пошуку психологічних ресурсів тощо. Таке перцептивне онлайн-спілкування на тему відновлення психологічної стійкості є особливо доречним в умовах карантинних обмежень і, на думку вчених, може збагачувати внутрішній світ особистості через медіаторчість [5].

Загалом, проектна діяльність студентів, результатом якої стало створення Абетки психічного здоров'я, є основою для втілення інноваційних ідей сучасної молоді. Важливо у закладах вищої освіти вводити освітні компоненти з проектного менеджменту в освітні програми різних спеціальностей, особливо професій типу «людина-людина». Адже у процесі навчання соціально-проектній діяльності у молоді розвивається глибоке бачення актуальних проблем суспільства, полегшується пошук шляхів вирішення питань соціального добробуту, формується мотивація до успіху та м'які навички (soft skills), які так необхідні для успішної професійної діяльності [2; 3].

Таким чином, створення інноваційних ресурсних інструментів медіапсихології («Абетка психічного здоров'я» та ін.) допоможе більше розвинути внутрішній потенціал особистості та сприятиме відновленню її психологічного благополуччя у період пандемії COVID-19.

Література:

1. В університеті презентували Абетку психічного здоров'я (2020). Отримано з: <https://pnu.edu.ua/blog/2020/06/02/20811/>

2. Кропельницька С. О., Кулеша-Любінець М. М., Мигович Т. М. (2020). Соціально-проектна діяльність студентів закладів вищої освіти. Сучасні проблеми екологічної психології: соціальні та особистісні ресурси створення благополучного локального середовища: матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції (15 травня 2020 року, он-лайн) / за ред. Ю.М. Швалба. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 57-59. Отримано з: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/7780>

3. Кропельницька С. О., Мигович Т. М., Кулеша-Любінець М. М. (2019). Розроблення та реалізація соціальних проектів в Україні. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, №1 (106), 37-43. Отримано з: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/handle/123456789/3417>

4. Оперативна інформація про поширення коронавірусної інфекції COVID-19 (2020). Отримано з: <https://moz.gov.ua/article/news/operativna-informacija-pro-poshirennja-koronavirusnoi-infekcii-2019-ncov-1>

5. Череповська Н. І. (2009). Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відеосприймання. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Актуальні проблеми психології / За ред. В.О. Моляко, Т.12. Вип. 8, 318-325.

В. В. Мошура,

аспірантка кафедри політичної психології та соціально-правових технологій НПУ ім. М.П. Драгоманова, м.Київ

Науковий керівник: В. В. Зеленін

канд. псих. наук, доцент

кафедри політичної психології та

соціально-правових технологій НПУ ім. М.П. Драгоманова, м.Київ

ЕКОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ПІДЛІТКА В РОЗРІЗІ СУЧАСНОЇ МЕДІАОСВІТИ

Анотація: Матеріали розглядають поняття екологічної свідомості, шляхи її формування та чинники розвитку в умовах сучасної медіаосвіти.

Ключові слова: екологічна свідомість, підлітки, медіаосвіта.

При обґрунтуванні проблеми становлення екологічної свідомості підлітка слід акцентувати увагу на двох основних аспектах даного питання: по-перше, негативна тенденція змін у навколишньому середовищі, не лише в локальному, а у глобальному прояві, що спричиняє споживче відношення людини до природи з кожним наступним поколінням, по-друге, як наслідок попереднього, усвідомлення людством пагубного впливу на довкілля, що призвело до екологічної кризи у світі. Саме через це з кінця ХХ століття, разом з іншими видами суспільного знання, екологічна психологія як окремий напрямок психологічної науки, головною особливістю якого є використання психологічних методів для вирішення питань екології, стає важливим напрямком досліджень. Адже екологічна психологія вбирає в себе проблеми екології такою мірою, щоб актуальні екологічні проблеми могли бути вирішені, спираючись на створений у рамках психології інструментарій.

У сучасних реаліях усе більше напрямків діяльності суспільства набувають нових форм існування та реалізації – через мережу Інтернет. Основними причинами даних трансформацій звичних для нас речей: навчання, роботи, повсякденних покупок тощо є створення медіапростору для повноцінного існування даних сфер в Інтернеті: соціальні мережі, сайти новин, хмарні рішення для відеоконференційного зв'язку та навчання, створення оригінального програмного забезпечення під особливі потреби (проведення навчальних тестів, опитувальників), комп'ютеризація бізнесу, світова пандемія COVID-19 та ін.

У підлітковому віці вплив медіапростору на розвиток особистості особливо помітний: інфлюенція блогерів, веб-спільнот тощо. Для сучасного покоління соцмережі стали невід'ємною частиною повсякденного життя, що може і має стати рушієм для пропаганди активного розвитку екологічної свідомості.

Питаннями розвитку екологічної свідомості підлітка займалися такі дослідники Г.Діордієва, А.Н.Захлебний, І.Д.Зверев, Т.О.Євдокімова, О.В.Король та ін.

Під екологічною свідомістю особистості ми розуміємо певний рівень свідомості особистості, що вміщує психічні здатності, які забезпечують включення людини в процес регуляції та саморегуляції діяльності, орієнтації та самоорієнтації людини в оточуючому просторі, середовищі тощо, оволодіння суб'єктом соціальними та культурними стереотипами, спрямованими на збереження природного середовища, вивчення природних зв'язків та космічних ритмів тощо, також індивідуально-своєрідну та неповторну ціннісно-смыслову систему побудови та інтерпретації екологічної реальності, планування поведінки

та діяльності (своїї та інших) в оточуючому середовищі (Євдокимова Т. О., 2007).

З погляду психологів, ставлення до оточуючого середовища формується в процесі взаємодії емоційної, інтелектуальної та вольової сфер психіки людини. Тільки у цьому випадку закладаються основи для виховання особистості з високим рівнем екологічної обізнаності, культури і формування нового типу екологічного мислення та поведінки у навколишньому середовищі. Проблема формування екологічної свідомості підлітка є однією з пріоритетних на сучасному етапі розвитку вітчизняної екологічної психології. Це зумовлено рядом причин.

По-перше, аналіз екопсихологічної літератури з питань освіти та виховання молоді показує, що, зазвичай, екологічно обумовлений навчально-виховний процес пов'язують з екологічною, або просто біологічною просвітою (уроки екології, біології, основ здоров'я, виховні заходи). По-друге, фактично не існує логічно узгоджених технологій виховного впливу, які використовуються в практичній діяльності (виключенням слугує екологопсихологічний тренінг В. Ясвіна (1991 р.)).

Позитивно сформована екологічна свідомість підлітка дозволяє йому сприймати навколишній світ та себе самого в цьому світі як елемент єдиної екосистеми, а метою взаємодії з природою є максимальне задоволення як потреб людини, так і вимог всього довкілля (Gifford, R., Nilsson, A., 2014). Екологічна свідомість забезпечує розуміння людиною розвитку індивіда та природи як процесу коеволюції, вигідного для обох сторін гармонійного єднання.

Психолог Дерябо С. Г. зазначає, що важливими факторами формування екологічної свідомості є екодиференціюючі (розрізнявальні властивості екокультури – «Людина», «Природа», «Суспільство», «Культура») та екоінтегруючі (що являють собою суб'єктивну, соціально-психологічну залежність особистості від факторів, якими зумовлено взаємодію суспільства та оточуючого середовища) компоненти екологічної реальності – ознаки життєдіяльності природи та людини. Екоінтегруючі компоненти формують екоідентичність особистості – низку уявлень про складові екокультури – і поєднують індивіда з екоспільнотою (Дерябо С. Д., Ясвін, А. В., 1996).

Таким чином, ми можемо виокремити наступні психологічні чинники розвитку екологічної свідомості підлітка в умовах сучасної медіаосвіти:

- 1) здійснення теоретичної підготовки підлітка до участі в екоорієнтованій діяльності шляхом онаочення проблем, а саме – показ документальних відеофільмів про екологічні проблеми сьогодення;
- 2) використання на уроках та позанавчальній діяльності інформаційних технологій з метою стимулювання когнітивного, перцептивно-емотивного, конативного та аксіологічного шарів екологічної свідомості, а також компонентів, які входять до кожного шару;
- 3) створення веб-спільнот в соціальних мережах та фільтр контенту публікацій, що буде мати на меті формування спрямованості старшокласників на

екозорієнтовані цінності і, в цьому зв'язку, – становлення ціннісних орієнтацій школярів, формування ціннісно-сислової сфери особистості учнів та ціннісно-сислової готовності старшокласників до здійснення екозорієнтованої діяльності.

Висновок. Таким чином, сформованість у школярів позитивного адекватного ставлення до природних об'єктів, здатності до відрефлексування цього ставлення, розвиток потреби “спілкування” з природою, виявлення турботи щодо її стану в теперішній час та в майбутньому, сформованість здатності до емотивної оцінки екологічної ситуації, прийняття учнями системи емотивно-забарвлених “еталонів” особистості естетичного, етичного та вітального характеру як таких, що є для школярів особистісно значущими у наші дні має широкий спектр розвитку у медіапросторі. Позитивним даний розвиток буде у випадку якісного контенту, який отримує школяр, адекватного сприйняття з боку автора відповідальності за матеріал, що публікується, оскільки підлітковий період – фаза активного здобуття та засвоєння знань, використання соціальних мереж для особистого використання та для навчання, оскільки сьогодні дає змогу отримувати інформацію через мережу Інтернет, а не тільки з друкованих видань.

Література:

1. Дерябо С. Д., Ясвин, А. В. (1996). Экологическая педагогика и психология– Ростов-на-Дону : Феникс, 480 с.
2. Євдокимова, Т. (2007). Розвиток екологічної свідомості підлітків – учасників скаутського руху (канд. психол. наук). Інститут психології ім. Г.С.Костюка АПН України.
3. Gifford, R. & Nilsson, A. (2014). Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review. *International Journal of Psychology*, 49(3)

Л.В. Никоненко,

к. психол. н.

молодший науковий співробітник

лабораторії психології політико-правових відносин

ІСПП НАПН України

Україна, Київ

МЕДІАПРАКТИКИ ЯК ЗАСІБ АДАПТАЦІЇ ДО НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ

Анотація: Матеріали розглядають медіапрактики, які дозволяють індивідуальним та груповим суб'єктам відновлювати соціальне функціонування в процесі соціальної адаптації до карантинних заходів.

Ключові слова: медіапрактики, надзвичайні ситуації, COVID-19.

Всесвітня пандемія внесла комплексні зміни у звичний плін життя не тільки мешканців України, а і переважної більшості всього світу. Психологічними особливостями поточної соціальної ситуації є довготривала небезпека життю та здоров'ю, невизначеність найближчого майбутнього, фізична та соціальна депривація, неможливість у звичному режимі здійснювати професійні та навчальні обов'язки, погіршення матеріального стану для значної кількості людей через фінансову кризу, зумовлену карантинними заходами тощо. Для мешканців України реалії сьогодення посилюються травматичними подіями, які відбувалися в Україні впродовж останніх п'яти років (події Революції Гідності (2013-2014 р.), хронічний збройний конфлікт РФ та України, окупація АР Крим та окремих районів Донецької та Луганської областей). Множинність та хронічність ситуацій, в яких існує загроза життю та здоров'ю є обтяжуючими обставинами, що перешкоджають адаптації в нових умовах¹. Конструктивність проживання особистістю або спільнотами надзвичайних ситуацій (і карантинних заходів зокрема) залежить не тільки від ефективності професійної діяльності профільних державних структур. Набувають особливого значення адаптивність особи або окремих спільнот та здатності відновити звичний плін життя або сконструювати принципово новий.

Соціальна, фізична, інформаційна депривація призводить до зростання ролі медійного простору, який стає водночас основним джерелом інформації, засобом підтримки соціальних контактів, осередком реалізації професійних та навчальних завдань. Поряд з тим, медійна гіперсоціалізація може мати певні ризики для психологічного благополуччя людини. Серед вартих дослідницької уваги вважаємо монополізацію інформаційних потоків з метою маніпулювання свідомістю; складнощі критичного аналізу значних масивів медійного контенту, що призводять до масових панічних настроїв у суспільстві; високу вірогідність формування медійної залежності у значної кількості осіб; збіднення та формалізація соціальних контактів людини тощо. На жаль, ситуація пандемії суттєво розширила коло потенційно вразливих осіб. Якщо раніше фокус уваги дослідників було спрямовано на молодіжні аудиторії, то у ситуації карантинної ізоляції в зону ризику потрапляють всі без виключення соціальні і вікові категорії. Природно, що для різних вікових та соціальних груп буде виявлено різний профіль користування медіа. Проте загальна тенденція підвищення ролі медіа у формуванні суспільних настроїв, масової політико-правової свідомості сумнівів не викликає. Тому дослідження ролі медійних впливів в умовах надзвичайних ситуацій (пандемії COVID-19, зокрема) дозволить оцінити їх комплексний вплив на масову свідомість і настрої.

На особливу увагу у даному контексті заслуговують медіапрактики, які дозволяють індивідуальним та груповим суб'єктам відновлювати соціальне функціонування (професійне, навчальне, міжособове тощо). Медіапрактики визначено як стереотипізовану, впорядковану активність у медійному просторі

¹ *Diagnostic and Statistical Manual of mental disorders, fifth edition* – Електронне джерело. – Режим доступу: <https://cdn.website-editor.net/30f11123991548a0af708722d458e476/files/uploaded/DSM%2520V.pdf>

при оперуванні контентом, який несе інформацію про події, соціальні явища і процеси в соціумі та передбачає включення суб'єкта у взаємодію з інформаційними ресурсами й користування медіапродуктами. Доведено, що мірою підвищення медіапрактик політико-правового змісту відбуваються зміни у структурі та змістовному наповненні політико-правової свідомості (настанови, уявлення та ставлення)². Зазначимо, що пасивні, реактивні, активні медіапрактики відіграють виконують різні функції в процесі соціальної адаптації до карантинних заходів.

Пасивні медіапрактики характеризуються споживання контенту без подальшого оперування з ним у медійному просторі (ознайомлення із новинами (у тому числі завдяки «Вікіпедії»); прослуховування, перегляд або комбіноване сприймання релевантних за змістом передач; читання експертних блогів, анекдотів по темі; перегляд медіазвернень). Таким чином, пасивні медіапрактики слугують меті інформаційного насичення, яке дозволяє реконструювати картину світу в умовах невизначеності (шляхи передачі вірусу, способи лікування, статистика щодо динаміки захворюваності, політико-правові та економічні аспекти пандемії тощо).

Реактивним медіапрактикам притаманне реагування на контент, створений іншими (поширення інформації; перепост, обговорення і коментування; спростування недостовірної інформації тощо). Тобто, при реалізації реактивних медіапрактик користувач радше прагне до певної міри впливати на медійний просторі шляхом самопрезентації власної позиції щодо досліджуваної теми

Активним медіапрактикам притаманне створення контенту або активний вплив на зміст медійного простору (медіазвернення; групи координації; «стьобінг»; поширення соціально-значущої інформації; гра в комп'ютерні ігри, в яких розгортається певний контекст; написання та публікації експертних блогів, інформаційні атаки на віртуальних опонентів). Отже, при реалізації активних медіапрактик користувач медіа є активним творцем медійного простору та завдяки свої творчості здійснює вплив на свідомість споживачів контенту.

Висновок. В сучасних умовах пандемії, наслідком якої стали карантинні заходи, медіапрактики набувають особливої значущості. Відхід від офф-лайнного ведення бізнесу або навчання є загальною тенденцією, яка набуває ознак перманентності та масовості. Адже вірусологи не виключають ймовірність повторних хвиль захворюваності (а, отже, і карантинів) через високу мутабельність вірусу. Тому актуальність досліджень соціально-психологічних процесів у пост-карантинному або перманентно карантинному суспільстві буде зростати. Фактично, гіпервіртуалізація набуває статусу норми, стає заporукою соціального виживання окремих осіб або групових суб'єктів.

² **Никоненко Л.В.** Медіапрактики як чинник становлення політико-правової свідомості студентів / Л.В. Никоненко // Збірник наукових статей Київського міжнародного університету й Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Серія: «Психологічні науки: проблеми і здобутки». Випуск 8. – К. : КиМУ, 2015. – 322 с. Психологічні науки: проблеми та здобутки. – 2015. – №8. – С. 144–168.

Г. М. Писаревська,
*заступник директора з навчально-виробничої роботи
Чернівецького вищого професійного училища
радіоелектроніки*

ХМАРНІ СЕРВІСИ GOOGLE ЯК ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ КВАЛІФІКОВАНОГО РОБІТНИКА

Анотація. У цій статті розглянуто важливість та необхідність використання мережевих сервісів Web 2.0., зокрема хмарних сервісів Google для медіаосвіти та формування медіакультури кваліфікованого робітника.

Ключові слова: інформаційна компетентність, медіаосвіта; медіакультура особистості; медіа грамотність, хмарні сервіси Google.

Актуальність даної проблеми обумовлена тим, що сучасні мас-медіа, стрімкий розвиток кіберпростору, інформаційно-комунікаційних технологій як складових професійної компетентності майбутнього кваліфікованого робітника потребують від закладу професійної (професійно-технічної) освіти нових інструментів та засобів для формування медіакультури кваліфікованих робітників. Майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології: web-технології, хмарні обчислення і big data, смартфони та інтернет «розумних речей», штучні інтелекти та інші гаджети. (Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, 2016)

Мета статті узагальнити досвід успішної роботи адміністрації, педагогів та здобувачів освітніх послуг закладу професійної освіти з формування медіакультури кваліфікованого робітника засобами хмарних сервісів Google.

Існує кілька сучасних перспективних веб-технологій, використання яких дає змогу педагогічним працівникам вирішувати найрізноманітніші освітні завдання. Однією з таких технологій є технологія Веб 2.0 – хмарні мережеві сервіси, що останнім часом є основою розвитку мережі Інтернет. Усі соціальні сервіси дозволяють публікувати у Web свої матеріали, у тому числі і мультимедійні, а також привертати до них увагу за допомогою різних прийомів, таких як організація даних за темами, створення співтовариств за інтересами або проведення конкурсів серед користувачів. (Балик, 2008). Проведений аналіз досліджень та публікацій (Балик, 2008; Гаврилюк, 2013; Гриневич, 2009) свідчить, що освітяни активно впроваджують у освітній процес технології Веб 2.0 (інформаційні технології, які дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент у Всесвітній павутині).

Сформувавши інформаційну компетентність та медіакультуру кваліфікованих робітників викладач може завдяки використанню хмарних сервісів Google, що дає змогу урізноманітнювати навчання, поглиблювати знання учнів з навчальних дисциплін і сприяти формуванню стійкого пізнавального інтересу до них. У мережевих спільнотах відбувається обмін

колекціями цифрових об'єктів і програмними продуктами. Нові сервіси соціального забезпечення радикально спростили процес створення матеріалів та публікації їх у мережі. (Слободяник, 2014).

Особливу увагу при підготовці кваліфікованих робітників у Чернівецькому вищому професійному училищі радіоелектроніки приділяють комплексному розвитку особистості та професійних якостей і знань. Викладачі на уроках та позаурочних заходах формують навички медійної та інформаційної грамотності: здатність створювати й інтерпретувати медіаконтент; розуміти вплив медіа та форми подання інформації в них; отримувати нову інформацію про навколишній світ; здатність висловлювати свої думки, спілкуватися за допомогою медіа; продовжувати навчання протягом усього життя; мислити критично; використовувати медіа для самовираження і творчості; використовувати медіа, дотримуючись засад безпеки та відповідальності, для захисту приватного простору і вміння уникати шкідливих контактів і контенту; займати активну позицію у житті демократичного суспільства та глобальної інформаційної мережі.

У закладі освіти є всі можливості для використання хмарних технологій у навчальному процесі: 6 комп'ютерних класів, всі кабінети теоретичного навчання та майстерні оснащені сучасною комп'ютерною технікою. Доступ до Інтернету забезпечено не тільки через локальну мережу, до якої підключено комп'ютери всього навчального закладу, а й за допомогою Wi-Fi покриття, при якому учні та викладачі можуть в навчальному корпусі та гуртожитку використовувати мобільні пристрої (смартфони, планшети, ноутбуки).

Працює сайт <https://cvpur.cv.ua>, на якому створено віртуальний інформаційно-консультативний центр (розділ електронного навчання на платформі Moodle, блог заступника директора з навчально-виробничої роботи, блог віртуального методичного кабінету, блог бібліотеки, блоги педагогічних працівників, YouTube-канал, блог приймальної комісії).

Розглянемо хмарні сервіси, які педагоги використовують у процесі надання освітніх послуг (рис 1.)



Рисунок 1. Хмарні сервіси

Блог (Blogger). Всі педагогічні працівники ведуть блоги, що дає можливість самостійно узагальнювати і систематизувати власний досвід, використовувати засоби мультимедіа в навчальному процесі, готувати матеріали для самостійних та практичних робіт учнів, ділитися важливою інформацією. Доступ до блогів є можливим з сайту закладу освіти.

Як приклад ефективного використання блогів можна навести блог викладача історії Петровської Л.І. <http://petrovska2691.blogspot.com>, на сторінках якого педагог ділиться досвідом використання засобів медіа на уроках історії, громадянської освіти та у позаурочній роботі. Медіакультура є важливим засобом формування і зміцнення національної ідентичності, формування свідомої громадянської патріотичної позиції особистості.

Google Sites – використовуються для створення веб-квестів, які забезпечують можливість формування таких медіакомпетенцій: використання інформаційних технологій для вирішення професійних завдань; самонавчання і самоорганізація; робота в команді; вміння знаходити декілька способів вирішення проблемної ситуації, підбирати найбільш раціональний варіант, обґрунтовувати свій вибір; навички публічних виступів. До прикладу, веб-квест «Фільтри у PhotoShop», викладача комп'ютерних технологій Писаревської Г.М. <https://sites.google.com/site/vebkvest16/>

Документи (Google Docs) – використовуються для роботи з текстом, електронними таблицями, формами Google та презентаціями, які дають можливість ефективно організувати співпрацю викладача та учнів.

Форми Google дають можливість зробити процес тестування ефективним та зручним. Комп'ютерне тестування дозволяє в найкоротший термін перевірити знання великої групи учнів; виявити прогалини при вивченні конкретного навчального матеріалу та використовувати отримані результати для управління

навчальним процесом; полегшити роботу викладача з контролю знань традиційними способами.

З метою реклами закладу освіти, популяризації робітничих професій, висвітлення навчальної та позаурочної роботи, проведення дистанційного навчання, знайомства з обдарованими учнями, тощо створено **YouTube-канал** закладу освіти <https://www.youtube.com/channel/UChfDKUUYptOSuzSPpJFsQ1g>. Надзвичайно корисними у процесі формування медіакультури є відеоуроки, які розміщуються на YouTube-каналі, учні дивляться відеозапис заняття від педагога, а тоді надсилають йому відеозапис своєї роботи.

У закладі освіти, з метою розвитку творчих здібностей здобувачів освітніх послуг з професії «Фотограф (фотороботи)», розширення їх світогляду, залучення юних аматорів до активної участі у мистецькому житті та формування творчої еліти, проводяться фотоконкурси. За період карантину, проведено фотоконкурс «Весна прийшла у рідний край». На конкурс були представлені 70 цікавих фоторобіт. Для розміщення яких використовувався сервіс **Google Фото**: <https://photos.app.goo.gl/1cUbZ6tatYEQRSf89>. Членам журі було важко визначити переможців, оскільки професійно виконаних робіт була велика кількість.

Учні та педагоги закладу освіти, продовжуючи багаторічну традицію святкування, до щогорічного Дня вишиванки організували флешмоб **"Одягніть вишиванку - об'єднайте країну!"**. Таким чином продемонструвавши, що фізичне дистанціювання не збільшує відстані між нашими серцями, а навпаки – це стає запрошенням стати ближчими. Наша сила – в єдності.

Творча співпраця педагогів та здобувачів освітніх послуг дає позитивні результати. Коновчук Степан отримав диплом II ступеня у номінації “Фото”, а викладач української мови та літератури, Філіп Ю.Л., відзначена Подякою за підготовку переможців та лауреатів Всеукраїнського конкурсу учнівських творчих робіт “Я – журналіст!”. Федоряка Миколу, з яким проводила підготовку викладач Борбель Л.А., нагороджено дипломом I ступеня, відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 13.05.2020 №622 "Про нагородження переможців X Міжнародного мовно-літературного конкурсу учнівської та студентської молоді ім. Т. Шевченка".

Учні закладу освіти знімають власні відеопроєкти. У цьому році один з таких проєктів у Всеукраїнському конкурсі учнівської та студентської творчості імені Марії Фішер-Слиж «Змагаймося за нове життя», присвяченого Лесі Українці **здобув I місце**.

Робота над проєктом тривала майже рік, але результат того вартує. Головна кіносценографія – Юлія Філіп, режисери та оператори – Степан Коновчук, Арман Казарян та Андрій Костинян створили цей проєкт. “Щоразу, коли пропонуєш учням брати участь у різноманітних мовно-літературних конкурсах, потрібно вдало підбирати слова та розробляти такий алгоритм дій, щоб в учнів ні на йоту не виникло сумнівів: бути чи не бути? Усі разом із творчою групою поринули в минуле століття, проживали день за днем приїзд Лесі Українки до

Fräulein Olga Kobylanska. Осмислюючи моменти життєвого шляху поетеси та умови, за яких сформувалася ця надзвичайна натура, світ, що оточував Лесю, бодай хоч трохи ми наблизилися до розуміння цієї геніальної особистості” – прокоментувала Юлія Леонтіївна.

Отже, хмарні сервіси Google, соціальні мережі є універсальною платформою для інтерактивного формування медіакультури кваліфікованого робітника в сучасних умовах. Здобувачі освітніх послуг, яких ми залучаємо до участі в медіа-проектах стають більш освіченими у питаннях роботи з інформацією, вчать створювати власні медійні продукти; підвищують свої комунікаційні навички, вміння знаходити, фільтрувати та продукувати інформацію, а отже відбувається становлення професійного, інтелектуального, культурного, духовного, морального рівнів майбутнього кваліфікованого робітника. Подібний досвід розвиває не тільки критичне мислення, а й уміння користуватися медіаконтентом, сприяє розвитку медіокультури молоді за умови їх правильного використання координаторами інтерактивних проєктів.

Використання мережевих сервісів відкриває унікальні можливості перед учасниками освітнього процесу, спонукає їх до творчого підходу в реалізації навчальних завдань, дає інструменти для організації ефективної співпраці в навчанні. Саме тому, їх не тільки доцільно, а й вкрай необхідно впроваджувати в освітній процес. Доказом того, що це не тимчасове захоплення, а новий шлях розвитку високих технологій, є такий факт: хоч би якими були суперечності між трьома гігантами – Apple, Google і Microsoft, наскільки б не різнилися погляди їхніх керівників та ідеологів щодо розвитку індустрії і потреб користувачів, вони майже одночасно почали впроваджувати хмарні технології у свої розробки і вже точно не планують відмовлятися від них у найближчому майбутньому.

Література:

1. Балик Н.Р. Використання соціальних сервісів WEB 2.0 в галузі вузівської та післявузівської педагогічної освіти з інформатики (2008). [online]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/153213525.pdf>
2. Гаврилюк І.Л. (2013) Шкільна газета як форма організації медіаосвітнього процесу. [online]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_53_66
3. Гриневич М.С. Медіаосвітні квести. (2009). [online]. Available at: <https://uchni.com.ua/informatika/12190/index.html>
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2016 року). [online]. Available at: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzheniya-mediaosviti-v-ukraini-nova-redaktsiya/>
5. Слободяник О.В. (2014). Використання Google сервісів для контролю самостійної роботи учнів. [online]. Available at: <http://lib.iitta.gov.ua/11179/1/Slobodyanyk%20tezy%20zvitkonf.pdf>

Т. І. Пономаренко,
аспірантка кафедри політичної психології та

*соціально-правових технологій
НПУ ім. М.П. Драгоманова, м.Київ
Науковий керівник: В. В. Зеленін
канд. псих. наук, доцент
кафедри політичної психології та
соціально-правових технологій
НПУ ім. М.П. Драгоманова, м.Київ*

КОМУНІКАТИВНА МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ПСИХОЛОГА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУСПІЛЬСТВА

Анотація: Матеріали детально описують три основні напрямки діяльності психолога в інтернет просторі: просвітницький, рекламний та індивідуальне консультування.

Ключові слова: комунікація, психологи, онлайн простір.

Дедалі частіше, представники різних професій переносять свою професійну діяльність в онлайн простір. Це обумовлено економічною, політичною та соціальною ситуацією в країні. Психологи не є виключенням. Останні п'ять років психологи почали активно використовувати всі можливі медіазасоби у своїй професійній діяльності. Вони реєструють акаунти в соціальних мережах, де публікують дописи професійного та особистісного змісту, проводять прямі ефіри і трансляції, вебінари, онлайн-конференції, тренінги, майстер-класи, психологічні квести та марафони, а також здійснюють психологічне консультування онлайн.

Ми виокремлюємо три напрямки діяльності психолога в інтернет просторі: просвітницька, рекламна (просування власних товарів та послуг) та індивідуальне консультування. 80% займає просвітницький контент, який здійснюється у форматі дописів, коротких відео, сторіз, чек-листів, вебінарів або прямих ефірів і поширює реальну інформацію про особливості, форми, види і способи діяльності психологів. Такий контент спрямований на психологічну просвіту населення: створює у свідомості людини коректні уявлення щодо кола професійних завдань психолога; формує у людей комплекс знань для самостійного розв'язання психологічних проблем; пропагандує корисні звички та здоровий спосіб життя; анонсує цікаві, корисні та інформативні заходи психологічного змісту; формує психологічну культуру населення; забезпечує психічне здоров'я суспільства та популяризує науку для загалу.

Питаннями психологічної безпеки суспільства, в останні роки, займалися зарубіжні (С. Вудінг, Р. Гіст, Р. Дуглас, Б. Кіркман, Дж. Кордері, Дж. Мат'єс, Р. Мей, В. Рапхел, К. Пост, С. Столц та ін.) та вітчизняні (І. Баєва, Г. Грачова, В. Зеленін, О. Зотова, Т. Панченко, І. Приходько, Н. Уханова та ін.) колеги.

У рамках просвітницького контенту психологи також мають розкривати питання, які стосуються психологічної безпеки суспільства:

В період надзвичайних ситуацій, які відбуваються в місті, країні чи світі. (наприклад масові пожежі взимку 2020 року в Австралії), психологи публікують дописи, короткі відео або проводять прямі ефіри, які спрямовані на стабілізацію панічних настроїв у населення, повертають потенційних клієнтів в ситуацію «тут і тепер», допомагають раціонально оцінювати ситуацію і шукати, яким чином діяти в таких випадках або як конкретна особа може допомогти постраждалим. Наприклад, психолог може закликати людей замість того, щоб перепощувати фото обгорілих тварин – перерахувати посильні кошти на рахунок організацій, які допомагають у боротьбі з наслідками після таких надзвичайних ситуацій, як це було з Australian Red Cross (Wooding & Raphael, 2004).

В період екстрених ситуацій (наприклад, ситуація з дівчинкою, яка загубилася на Одещині в 2018 році або пожежа в торгівельно-розважальному центрі «Зимня вишня» в місті Кемерово весною 2018 року), психологи публікують контент, який пов'язаний з психопрофілактикою та зниженням панічних настроїв у людей, направлений на зміцнення психічного здоров'я. В таких публікаціях психолог роз'яснює батькам, яким чином вони можуть спілкуватися зі своїми дітьми на теми, які пов'язані із їх особистими границями (наприклад, перед візитом до лікаря, мама має пояснити, що це за лікар і які частини тіла він лікує). Такі дописи також мають формувати та розвивати конкретні знання, уміння і навички, які потрібні людині в схожій ситуації, допомагає розробити і засвоїти алгоритм дій для дітей та батьків, а також створює дописи, які пов'язані з темою сексуального виховання дітей (Gist & Stolz, 1982).

В період виникнення «груп смерті» (безпека в соціальних мережах) (наприклад, групи «Синій кит» і «Червона сова»), безпека в соціальних мережах стає особливо актуальною, тому психологи публікують контент, де пояснюють батькам, яким чином вони можуть побудувати довірливі стосунки зі своїми дітьми, щоб запобігти їх потраплянню в так звані «групи смерті». Пояснюють чому не можна забороняти дитині реєструвати акаунти в соціальних мережах, яким чином контролювати з ким дитина спілкується в мережі чи чатах онлайн ігор.

В періоди державних переворотів та революцій (наприклад, «Помаранчева революція 2004 року» та «Майдан 2014 року»), практичні психологи публікують контент, який знижує паніку в населення. Політичні психологи, в свою чергу, пояснюють підписникам, що саме зараз відбувається в країні, а медіапсихологи – пояснюють яким медіавпливам піддається суспільство. Таким чином, такого роду дописи допомагають пересічному громадянину не піддаватися паніці, розуміти ситуацію та раціонально і критично мислити.

В період війни в країні (воєнні дії на Сході України), політичні психологи публікують контент, який пояснює населенню країни, що насправді відбувається. Психологи та психотерапевти в своїх дописах розкривають

питання втрати близьких, розпаду сім'ї, як адаптувати чоловіка, який повернувся із зони бойових дій, проблеми вимушених переселенців. як реабілітувати людину, яка отримала складні фізичні травми. Дитячі психологи допомагають батькам вирішити проблеми, які виникли після розлучення, після втрати одного з членів родини, як адаптуватися в новій школі, тощо.

В період виникнення епідемій чи пандемій (наприклад, сезонні епідемії грипу і ГРВІ або світова пандемія COVID-19), психологи публікують контент особистісного змісту – діляться своїми експертними думками та враженнями, знижують паніку та закликають до критичного мислення. Також їх контент може бути направлений чи розкривати проблемні ситуації, які можуть трапитися під час карантину (наприклад, що робити, якщо втратив роботу або чим себе зайняти чи як знайти спільну мову з дітьми чи з іншими членами родини).

Висновок. Отже, саме онлайн комунікація психологів зі своїми підписниками, в складні для суспільства часи, може допомогти людям справитися з перешкодами, адже кожен із психологів, який займається професійною діяльністю в медіапросторі вже має своїх підписників – свою лояльну аудиторію, яка йому довіряє. Тобто такий фахівець має вплив на цих людей, до його думки дослухаються, а тому його висловлена експертна позиція може бути корисною для суспільства в складні для нього часи.

Література:

1. Gist, R., & Stolz, S. (1982). Mental health promotion and the media: Community response to the Kansas City hotel disaster. *American Psychologist*, 37(10), 1136–1139.
2. Wooding, S., & Raphael, B. (2004). Psychological Impact of Disasters and Terrorism on Children and Adolescents: Experiences from Australia. *Prehospital and Disaster Medicine*, 19(1), 10–20.

Л. В. Романюк
професор, док. психол. н.
Слотіна Вікторія,
аспірант
ТНУ імені В.І.Вернадського

ТЕЛЕБАЧЕННЯ, КУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ ТА РІВЕНЬ БЛАГОПОЛУЧЧЯ ПІДЛІТКІВ: ДОСВІД КОПІНГ-СТРАТЕГІЙ У ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

Анотація: Матеріали презентують дослідження зв'язку споживацької культури (CCIs) з психологічним благополуччям дітей та підлітків.

Ключові слова: мас-медіа, споживацька поведінка, реклама, комерційне телебачення

Останні події корона-кризи дещо відсунули перманентну актуальність патологічного впливу ЗМІ та мереж на особистість, її цінності та благополуччя, але одночасно й актуалізували, оскільки в самоізоляції діти, підлітки як і їх близьке оточення, більше часу витрачали на телебачення й мережеві потоки.

Зараз існує налагоджена сукупність доказів, що презентують зв'язок ідеалів споживацької культури (CCIs) матеріалізму та фізичного вигляду з пониженням самопочуття у дорослих (Dittmar, 2008; Dittmar, Bond, Hurst, & Kasser, 2014; Kasser, 2002), і ці ж асоціації спостерігалися серед дітей (наприклад, Easterbrook, Wright, Dittmar & Banerjee, 2014).

Одна з основних проблем сьогодення полягає в тому, що вплив засобів масової інформації, особливо комерційних ЗМІ, багатих на рекламу, може спонукати дітей і підлітків до думки, що купівля чи орієнтація на матеріальні цінності та продукти, пов'язані із зовнішнім виглядом (ІСН) є корисними для підвищення благополуччя, самоповаги та популярності (Goldberg, Gorn, Peracchio, & Vamossy, 2003; John, 1999; Oprea, Vuijzen, & Valkenburg, 2012).

Комерційний світ часто пропагує матеріальне придбання та покращення фізичного вигляду як життєздатний спосіб компенсації соціальних та емоційних труднощів (Richins, 1991, 1995); однак залишається незрозумілим, чи діти, підлітки використовують це «знання» у необхідні періоди як механізм подолання (копінг-стратегію).

Це дослідження є відносно новим у вимірюванні повідомлень дітей, підлітків щодо використання орієнтованих на споживання стратегій подолання (тобто, наскільки вони зосереджуються на матеріальних благах та своїй зовнішності для покращення настрою). Таким чином, пропонується апробація гіпотези, що вплив засобів масової інформації, особливо комерційного телебачення з високим рівнем рекламного контенту, пов'язаний із стратегіями подолання, орієнтованими на споживацьку культуру, і що це – непродуктивно – а саме пов'язано з низьким благополуччям у дітей, підлітків.

Нині дорослі та, все частіше, підлітки й діти стають об'єктом безпрецедентного обсягу корпоративного маркетингу (звіт про витрати AA / Warc, 2017). Це викликає неприємності, коли розглядаються стосунки дітей із ЗМІ; Ofcom повідомляє, що 8-11-річні діти й підлітки у Великобританії проводять у середньому щонайменше 13 годин на тиждень, переглядаючи телевізор, а 13,5 годин займаються серфінгом в Інтернеті (Ofcom, 2018). З 15 країн Європи 11 вважають рекламу, спрямовану на неповнолітніх, шкідливою (PPU.org.uk, 2010 р.). Швеція та Норвегія навіть заборонили рекламу для дітей, що молодші за 12 років. Однак у Великобританії обмеження, що регулюють обсяг рекламних роликів у ЗМІ, орієнтованих на дітей, залишаються дещо частковими та розпливчастими (DLA Piper, 2016), і немає сумнівів, що діти у Великобританії справді стикаються з великою кількістю реклами, яка може потенційно впливати на їх орієнтації на матеріальні цінності.

Спеціалізована група АРА з реклами та її впливу на дітей (Wilcox, Kunkel, Cantor, Dowrick, Linn, & Palmer, 2004) не лише порушила питання щодо

обмежень у когнітивних ресурсах маленьких дітей для розрізнення рекламного та іншого контенту, але й конкретно вказала на потенціал.

Прямі докази впливу реклами на становлення матеріальних цінностей цього були нещодавно запропоновані в дослідженні Орее та його колег (2014), в ході якого лонгїтюдний аналіз показав, що діти у віці від 8 до 11 років, які часто піддавалися рекламі на телебаченні, швидше схвалили CСІs після одного року її перегляду. Цей ефект був повністю опосередкований посиленням потягом дітей до рекламованої продукції. Подібні закономірності можна знайти і щодо впливу медіа та орієнтації на зовнішній вигляд: велика кількість кореляційних та експериментальних праць свідчить про те, що вплив засобів масової інформації пов'язаний із більшою інтерналізацією ідеалів худорлявого тіла у жінок та дітей (див. Метааналізи Грабея, Ward, & Hyde, 2008; Holland & Tiggemann, 2016) та інтеріоризація ідеалів худорлявого та м'язового тіла у чоловіків та хлопців (De Jesus et al., 2015; Slater & Tiggemann, 2014). Такі асоціації цілком сумісні з теоретичними припущеннями про розвиток цінностей, наскільки соціокультурні фактори відіграють головну роль у виникненні переконань та поглядів на те, що важливо для дітей (наприклад, Bugental & Grusec, 2006).

Значна частина доказів у цій галузі свідчить про те, що ці асоціації між висловлюванням, які лунають із ЗМІ та інтеріоризацією матеріальних цінностей (ідеалів) є проблематичними. Більш високий рівень впливу ЗМІ пов'язаний із зниженням благополуччя (наприклад, нижча задоволеність життям та вища незадоволеність станом організму), а інтерналізація ідеалів споживчої культури є головним опосередковуючим фактором у цих асоціаціях (Dittmar, 2009; Shrum, Lee, Burroughs, & Rindfleisch, 2011).

Інші спеціальні дослідження пов'язували рекламу з незадоволенням життям та почуттям розчарування у дітей (Buijzen & Valkenburg, 2003; Oprea, Buijzen, & Reijmersdal, 2016). Такі зв'язки не виявилися для нас сюрпризом, коли ми вивчали вплив матеріальних та фізичних ідеалів у світлі основних концептуальних рамок щодо самооцінки та мотивації. Наприклад, з точки зору теорії невідповідності (Хіггінс, 1987), зокрема, реклама може заохочувати несприятливі соціальні порівняння і тим самим підкреслювати розбіжності між фактичним та ідеальним Я, або прогалини між тим, ким людина відчуває себе, і ким вона хотіла би бути в ідеалі. (Баумейстер, 1991; Дітмар, 1992; Соломон, 2013). Такі розбіжності породжують невдоволення поточним зовнішнім виглядом та матеріальними цінностями, посилюючи почуття незахищеності (Dittmar, 2011; Gollwitzer, Wicklund, & Hilton, 1982). Насправді, деякі дослідження вже показали, що самостійні розбіжності опосередковують вплив ЗМІ на благополуччя (Bond, 2015).

Крім того, якщо в ЗМІ стимулюється схвалення споживацьких цінностей (ІСН) як життєвих, то негативних наслідків можна очікувати, базуючись на теорії самовизначення (Kasser & Ryan, 1996; Ryan & Deci, 2000), яка стверджує, що прагнення до цінності зовнішнього, пов'язані з іміджем та багатством, можуть завдати шкоди благополуччю, оскільки це погіршує або підриває сутнісні

психологічні потреби в тісних стосунках, самоприйнятті, компетентності та самостійності. Рекламу можна зрозуміти як звичне пропагування зовнішніх цінностей, з акцентом на соціальний статус та позитивну соціальну оцінку, що залежна від наявності певних фірмових товарів чи певних фізичних ознак (Vuijzen & Valkenburg, 2003; Pollay, 2000). У свою чергу, такі цінності можуть бути пов'язані з нижчим самопочуттям, оскільки вони перешкоджають задоволенню основних психологічних потреб, зазначених вище (Kasser, Ryan, Couchman, & Sheldon, 2004). Однією з важливих особливостей світу реклами є те, як маркетологи представляють штучні товари як рішення безлічі повсякденних особистих та соціальних проблем (Соломон, 2013). Це потенційно може спричинити припущення, що матеріальні продукти здатні припускати негативну емоційність та сприяти благополуччю (Dittmar, 2008). У зв'язку з цим видається правдоподібним, що повторні подібні повідомленнями спонукають дорослих і також дітей, інвестуватися в споживацькі цінності (ІСН) як форму механізму подолання проблем, спрямованих на боротьбу з основним лихом.

Дійсно, деякі автори припускають, що зовнішні цінності, орієнтовані на імідж та багатство, походять із психологічної та соціальної невпевненості (Ардт, Соломон, Кассер, Шелдон. 2004; Dittmar, 2008). Ми з англійськими колегами припускаємо (стверджуємо), що більша експозиція засобів масової інформації, особливо комерційних ЗМІ, багатих на рекламу, може спонукати людей звернутися до матеріальних цінностей як стратегії зменшення негараздів, і тим самим все частіше починати інтерналізувати ІСН як основні життєві цінності.

Маємо гарні докази того, що люди можуть здійснювати ІСН, щоб поправити настрій, враховуючи свою обіцянку забезпечити психологічні та ідентичні переваги, покращити статус та підвищити безпеку та нормативну цінність (Elliot & Leonard, 2004; Garðarsdóttir & Dittmar, 2012; Isaksen & Roper, 2008). Наприклад, дослідження Чанг та Аркіна (2002) встановило, що дорослі люди, які відчувають себе невпевнено, швидше сприймають матеріальні цінності. Була також дослідницька праця, безпосередньо зосереджена на використанні матеріальних закупівель для регулювання емоцій та поліпшення настрою (Kemp & Kopp, 2011; Verplanken & Sato, 2011). Однак подібне подолання, орієнтоване на споживачів, не розглядалося в контексті інших стратегій подолання, що умовно вивчаються в літературі з питань регулювання емоцій, особливо на молодіжній вибірці.

Ми пропонуємо, щоб копінг-стратегії були формою подолання, яка концептуально відрізняється від інших стратегій. Теоретичні підходи до подолання (наприклад, Roth & Cohen, 1986) відрізняють стратегії, орієнтовані на джерела стресу (наприклад, вирішення проблем або пошук підтримки інших для вирішення проблем) від тих, які орієнтовані подалі від джерел стресу (наприклад, когнітивні та поведінкові відволікання та уникнення). Загалом, перші асоціюються з адаптаційним функціонуванням та благополуччям, оскільки активна взаємодія з проблемами та джерелами лиха, особливо з часом, допомагає

людям розробити ефективні способи управління складними ситуаціями та емоціями. На противагу цьому, стратегії, що уникають стресу, як правило, пов'язані з поганим функціонуванням та благополуччям, тому що, хоча вони можуть бути ефективними в короткотерміновій перспективі, виводячи зі стресової ситуації або від проблеми / негативного почуття, вони малоефективні в довгостроковому розвитку навичок ефективного управління складними ситуаціями та емоціями (огляди див. Compas, Connor-Smith, Saltzman, Thomsen, & Wadsworth, 2001; Fields & Prinz, 1997).

Якщо звернутися до матеріальних і орієнтованих на вигляд пошуків у відповідь на лихо, явно підпадає під парасольку, що уникає, наскільки це передбачає відвернути увагу від ситуації, що викликає лихо. Відповідно, це може завдати шкоди довгостроковому благополуччю, оскільки, як стратегія подолання, що уникає, вона може в кращому випадку мати позитивні наслідки для виправлення негараздів, але не зможе вирішити причину стресових ситуацій. Однак ми вважаємо, що вирішення проблем, орієнтованих на особистість споживача, може мати більш широкі довгострокові негативні наслідки для благополуччя, а також для інших стратегій уникнення. Зокрема, на відміну від простого уникнення або відволікання від ситуацій, що викликають емоції, вирішення проблем, орієнтованих на споживача, посилює зовнішня система цінностей (Kasser & Ryan, 1993), не тільки орієнтуючи індивіда на вирішення проблем, але й орієнтуючи його на пов'язані із зображенням, зовнішні пошуки, що зволікають від дійсно цінних видів діяльності (Ryan & Deci, 2000).

Отже, віра у функцію відновлення настрою як одного з індикаторів благополуччя особистості дитячого й підліткового віку завдяки матеріальним цінностям та покращенню зовнішності, ймовірно, породжує їх зростаючу популярність як основних життєвих цінностей.

О. Г. Угрин

к.психол.н., доцент

кафедри психології управління ЛьвДУВС

О.Л. Христук

к.психол.н., доцент

кафедри психології діяльності в особливих умовах ЛьвДУВС

Львів, Україна

СТАВЛЕННЯ МОЛОДІ ДО ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

Анотація: У матеріалах представлено результати однієї із частин емпіричного дослідження особливостей переживання, навчання та мотивації, шляхів подолання труднощів, пов'язаних із реаліями сьогодення (загроза COVID-19).

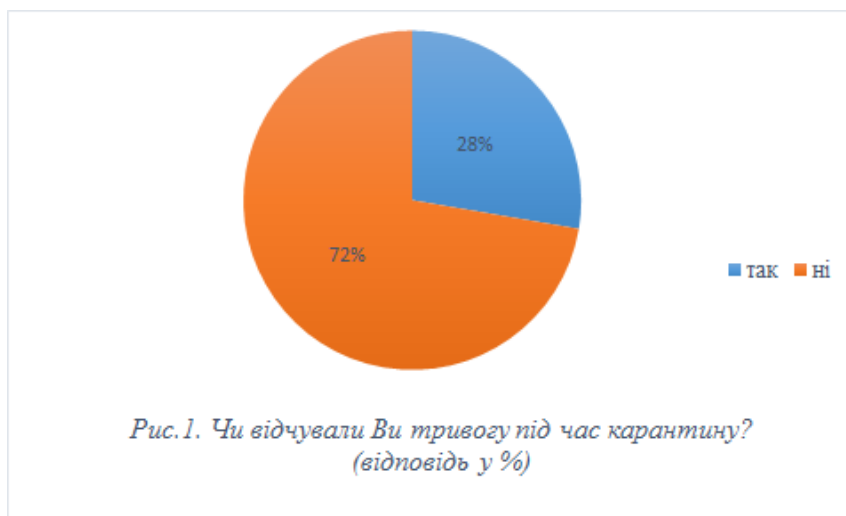
Ключові слова: COVID-19, дистанційне навчання, студенти, стрес

Стрес – це неспецифічна реакція організму на сильний подразник. Стрес є станом психічного напруження, що виникає у людини в процесі діяльності, ускладненої певними обставинами (Г. Сельє) [2]. Введення карантинних заходів через загрозу COVID-19 було стресовою реакцією для багатьох людей, адже позбавило їх звичних форм життєдіяльності та функціонування. Зокрема, такою звичною формою функціонування у молоді є спосіб навчання через очне спілкування об'єкт-суб'єктних відносин. Вимушене введення дистанційної форми навчання в освітній сфері – для окремих представників молоді було стресовим, для інших – нейтральним, а ще для інших достатньо позитивним фактором. За когнітивною теорією стресу Р. Лазаруса одна і та ж подія може зумовити високий рівень стресу в одного індивіда і водночас виявитися практично нейтральною для іншого [1].

Дистанційна форма навчання – це сукупність сучасних технологій, що забезпечують доставку інформації в інтерактивному режимі за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій. Зрозуміти ставлення молоді до дистанційного навчання на сучасному етапі і було метою нашого дослідження [3].

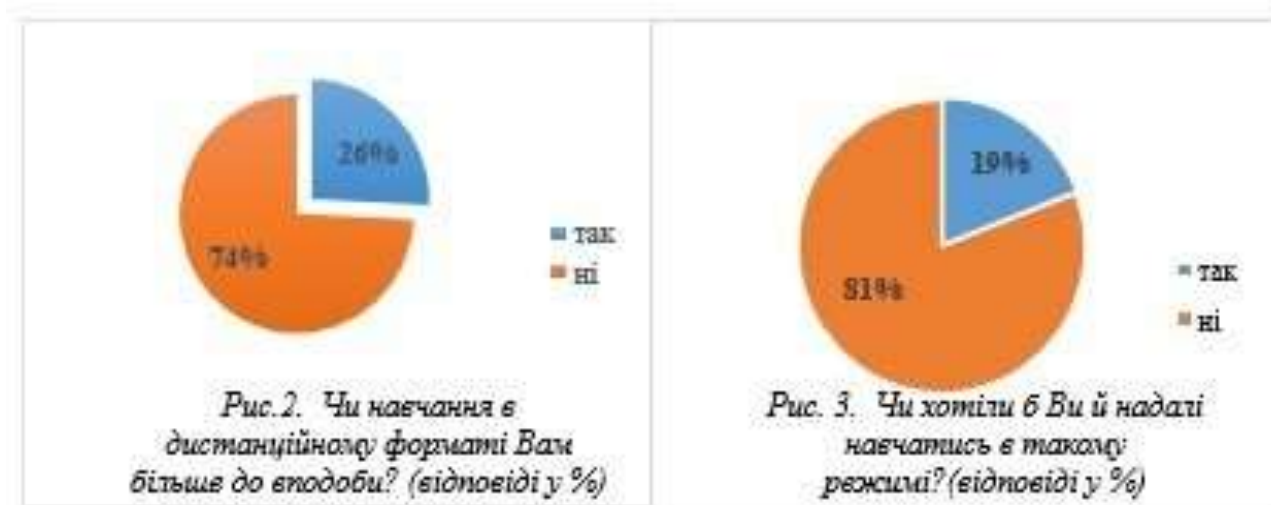
Слід зазначити, що в даних тезах представлено результати лише однієї із частин емпіричного дослідження особливостей переживання, навчання та мотивації, шляхів подолання труднощів, пов'язаних із реаліями сьогодення (загроза COVID -19).

Для з'ясування ставлення молоді до дистанційного навчання за час впроваджених карантинних заходів, пов'язаних із світовою пандемією проведено опитування (в онлайн режимі). В ньому взяло участь 130 осіб, віком від 15 до 22 років, з них 111 осіб (85%) – жінок та 19 осіб (15%) – чоловіків. Так, аналізуючи відповіді на запитання про те, чи відчували респонденти тривогу під час карантину, переважаюча більшість (72%) – відповіла «так» (див. рис.1).



Отримані результати є зрозумілими, адже з подібною ситуацією молодь як і люди всього світу раніше не зустрічалися, відсутній попередній досвід, поведінкові патерни та копінг-стратегії.

Оскільки наша вибірка, це молодь, що відноситься до покоління Z², то цікавим вважали дослідити наскільки формат дистанційного навчання їм до вподоби та чи хотіли б вони й надалі навчатись в такій системі (див. рис.2 і 3). Так, незважаючи на те, що молодь полюбляє й активно та щоденно використовує інтернет в своїй життєдіяльності, навчання в дистанційному форматі більшості з них не сподобалось (74%) та не хотіли б в майбутньому навчатись в подібному режимі (81%).



2. Покоління Z відповідає визначенню терміна «Digital Native», діти технологій, особливо активні користувачі різноманітних інтернет ресурсів та програм (YouTube, соціальні мережі тощо) з прогресивними поглядами на різні речі, впровадження в життя новітніх технологій зокрема.

Отримані результати можуть свідчити про те, що за цей короткий час досвід використання та навчання в дистанційній системі ще не інтегрувався в життя молоді. А використання інтернет ресурсів пов'язують лише з особистісною сферою та сферою розваг.

Також, для більш кращого розуміння ставлення молоді до системи дистанційного навчання ми також запропонували їм написати переваги та недоліки онлайн навчання.

Так, до переваг молодь віднесла такі пункти як:

- можна довго спати;
- не потрібно нікуди йти, все на місці;
- можна списувати домашнє завдання;
- в системі видно завдання на період і дедлайн їх здачі;
- більше вільного часу;

- не потрібно витратити кошти на дорогу до університету;
 - відведена достатня кількість часу на виконання завдання;
 - легка і проста форма навчання;
 - формування самостійності;
 - можна паралельно виконувати декілька важливих справ;
 - навчання у зручній для мене час;
 - менше стресу;
 - виконання роботи до певного терміну;
 - зручність у виконанні завдання, простір і час обирати самостійно;
 - більше часу приділяю науці, нічого не відволікає;
 - відсутні переваги, жодних назвати не можу;
 - використання технічних пристроїв, програм;
 - лаконічність подачі інформації, економія часу на письмі, конспектуванні, зручна платформа;
 - я можу знаходитись зі своєю сім'єю, виконую завдання коли мені комфортно;
 - сесія онлайн;
 - самоосвіта та самореалізація;
 - різновидність;
 - без “корків” потрапляю на пари
- Щодо недоліків, то серед основних респонденти називають наступні:
- відсутність живого спілкування;
 - майже все: те, що здавалось плюсом, насправді виявилось мінусом;
 - багато матеріалу для вивчення і мало практики;
 - неефективно;
 - викладачі не мають можливості пояснити детально певний матеріал, навести приклади з практики;
 - поганий інтернет, перевантаженість роботи чи доступ до сайту дистанційного навчання;
 - під час заняття чи екзамену раптово може перерватись зв'язок, відсутність електроенергії;
 - постійне перебування вдома, краще відвідувати університет;
 - відсутній прямий контакт з викладачами, можливість отримати пораду, позитивне враження від роботи з групою та викладачами;
 - не завжди є доступ до інтернету і тому не так чітко засвоюється інформація;
 - відсутність зворотного зв'язку, бракує групової активності, спільного обговорення питань;
 - бракує інформації;
 - недокінця зрозуміло як виконувати окремі завдання;
 - погано засвоюється навчальний матеріал;
 - відсутній зв'язок з деякими вчителями / викладачами;

- багато матеріалу на самостійне опрацювання, важче опрацьовувати;
- присутні соматичні прояви (головна біль, біль в очах та спині) та малорухливий спосіб життя;
- бракує соціуму;
- оплата навчання не змінилась;
- немає можливості продемонструвати свої знання;
- не можливість поглибити знання так, як під час навчання в університеті;
- незрозумілий формат оцінювання, об'ємні роботи;
- ефективність нижча, бо гірше засвоюється вивчений матеріал;
- не цікаво;
- дистанційне навчання - це інформація на 1 день, яка забувається;
- не враховуються можливості із технікою.

Таким чином, ми можемо констатувати, що ставлення молоді до дистанційного навчання на сучасному етапі має такі особливості. Як і зазначалось на початку, представлено лише першу частину емпіричного дослідження з метою актуалізації проблематики.

Література:

1. Зливков, В.Л., Лукомська, С.О., Федан, О.В. (2016). Психодіагностика особистості у кризових життєвих ситуаціях. Київ.: Педагогічна думка, 219.
2. Степанов, О.М. (2006). Психологічна енциклопедія. К.: «Академвидав», 424.
3. Uk.wikipedia.org. (2020). Дистанційне Навчання. Online [Режим доступу]:

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B5_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F

Н. Ф. Умеренкова,
*н. с. лабораторії психології масової комунікацій та медіаосвіти,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України
Київ, Україна*

РЕСУРСНІСТЬ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ДРУЖИН КОМБАТАНТІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Анотація: Матеріали презентують результати емпіричного дослідження, складовою якого є аналіз ресурсної комунікативної поведінки дружин комбатантів у соціальних мережах.

Ключові слова: комунікація, комунікативна поведінка, дружини комбатантів, соціальні мережі.

Виклики, зумовлені пандемією COVID-19 актуалізували пошуки та вдосконалення дистанційних способів надання соціально-психологічної допомоги у суспільстві. В умовах, що склалися, проблема надання соціально- психологічної допомоги членам сімей комбатантів у дистанційному режимі набула ще більшої актуальності. Відомо, що члени сімей військовослужбовців часто проживають не в тому регіоні, де знаходиться військова частина чоловіка або проживають в населених пунктах, де знайти фахову психологічну допомогу не видається можливим. У разі наявності доступу до інтернету та достатньої поінформованості, доступними для допомоги є ресурси громадських організацій, які інформують про надання таких послуг у Facebook та мережі інтернет у цілому.

У ефективності спеціалізованих онлайн-ресурсів підтримки членів сімей військовослужбовців можна переконалися, проаналізувавши досвід армії США та Канади. Зокрема, в армії США функціонує система віртуальних груп сімейної готовності (vFRG), являє собою портал, за допомогою якого здійснюється спілкування з членами сімей військовослужбовців, які знаходяться на розгортанні і включає всю наявну загальнонаціональну інформацію для членів сімей військових, в тому числі ресурси навчання. Контроль за належним функціонуванням ресурсу vFRG забезпечує командир підрозділу. Додатково функціонує портал Міністерства оборони США – *Military One Source*, який працює 24/7 365 днів на рік та забезпечує безоплатну конфіденційну фахову консультаційну підтримку.

У Канаді функціонує закрита група у Facebook, яка відкрита лише для канадської військової спільноти – *MyVoice*, що є місцем для спілкування членів сімей військовослужбовців з фахівцям Військової сімейної служби (MFS). Група створена для інформування членів сімей про ресурси та послуги, а також для отримання зворотного зв'язку від користувачів послуг Військової сімейної служби (Умеренкова, 2019). Спеціалізовані онлайн-ресурси з надання психосоціальної допомоги членам сімей військовослужбовців на рівні військових структур в Україні на поточний момент розвинені недостатньо.

Метою даного матеріалу є висвітлення результатів емпіричного дослідження, складовою якого є аналіз ресурсної комунікативної поведінки дружин комбатантів у соціальних мережах, що може бути підґрунтям для формування спеціалізованих онлайн-ресурсів соціально-психологічної допомоги членам сімей комбатантів в Україні.

Особистісна комунікативна поведінка – поведінка, що характеризує сукупність норм та традицій окремої особистості (Стернин, 2018:24).

Ресурсну комунікативну поведінку ми визначаємо як поведінку, яка орієнтована на задоволення потреб та розв'язання проблем.

Ресурсну комунікативну поведінку дружин комбатантів ми характеризуємо, як комунікативну поведінку в подружньому спілкуванні, яка орієнтована на задоволення потреб і розв'язання проблем, як дружини, так і

чоловіка. У своїй основі ресурсна комунікативна поведінка спирається на внутрішню саморегуляцію та зовнішні соціальні ресурси. У даному дослідженні ми розглядаємо соціальну мережу Facebook, як інструмент в межах таких категорій поведінки у подружніх стосунках (Carter & Renshaw, 2015; Merolla, 2010): внутрішньоособистісна поведінка (наприклад написання блогу чи ведення щоденника), та як інструмент налагодження зв'язків і пошук підтримки у зовнішньому середовищі.

Вибірку дослідження склали дружини комбатантів (n=135), серед яких дружини діючих військовослужбовців (n=92) і дружини ветеранів (n=42). Опитування здійснювалося з використанням показників авторської анкети (Умеренкова, 2020).

Для дослідження комунікативної поведінки дружин комбатантів у соціальних мережах було охоплено три складові: 1) використання Facebook як інструменту саморегуляції емоційних станів; 2) досвід звернення у Facebook-спільноти (групи) за допомогою із соціальних та психоемоційних питань; 3) готовність отримувати психологічну допомогу через Facebook.

За результатами аналізу відповідей жінок щодо використання Facebook, як елементу саморегуляції (n=116) – 63,8% показали, що переглядають стрічку Facebook, коли почуваються погано у порівнянні з 36,2%, які не застосовують такий спосіб саморегуляції. *Тобто більше половини опитуваних здійснюють саморегуляцію негативних станів з використанням Facebook.* Такі результати говорять про використання соціальних мереж, як ресурсу (Найдьонова, 2014).

Для аналізу досвіду звернення у Facebook-спільноти (групи) за допомогою із соціальних та психоемоційних питань, респондентам було запропоновано обрати одну із відповідей: «не зверталась», «зверталась, не задоволена», «зверталась, частково задоволена», «зверталась, задоволена». Результати представлено в таблиці 1.

Таблиця 1
Досвід звернення дружин комбатантів за допомогою у Facebook-спільноти, % (N=135)

	не зверталась	зверталась, не задоволена	зверталась, частково задоволена	зверталась, задоволена
звернення з психологічних та емоційних питань	88,9	1,5	3	6,7
звернення із соціальних питань	77	1,5	8,1	13,3

Як видно з представленого у таблиці розподілу, переважна більшість жінок не має досвіду звернень за допомогою у Facebook-спільноти, хоча серед тих дружин, які звертались, більшість залишилися задоволеними. *Характерною особливістю є те, що за допомогою із соціальних питань звертаються частіше аніж за допомогою із психоемоційних питань.*

Для визначення готовності отримувати психологічну допомогу через Facebook, респондентам пропонувалося надати відповідь «так» або «ні» на твердження «Мені була б корисною можливість мати швидку безоплатну комунікацію з психологом із сімейних питань через пряму електронну пошту або Facebook». На дане твердження надали відповідь 106 жінок, з них 60% відповіли «так», 40% — відповіли «ні». *Тобто більше половини з опитаних жінок розглядають Facebook, як можливий канал комунікації з фахівцем із психологічних питань.*

Чи залежить бажання отримувати таку онлайн-допомогу від попереднього досвіду звернення за допомогою? За результатами порівняння виявлено:

— серед респондентів, які хотіли б мати таку допомогу, 82,5% — не мають досвіду звернення до Facebook-спільнот за допомогою з психоемоційних питань, 11,1% — звертались і залишились задоволеними, 3,2% звертались і залишились не задоволеними зовсім, 3,2 % залишились частково задоволеними за результатами звернення;

— серед респондентів, які не хотіли б мати таку допомогу, 95,2% — не мають досвіду звернення до Facebook-спільнот за допомогою з психоемоційних питань, 2,4% звертались і залишились частково задоволеними та 2,4% залишились задоволеними за результатами звернень.

Як видно з розподілу відповідей, переважна більшість жінок у обох групах не мала досвіду звернення до Facebook-спільнот за допомогою з психоемоційних питань. Разом з тим, серед респондентів, які вказали, що хотіли б мати психологічну допомогу через Facebook або електронну пошту на 13,3% більше жінок, які мають досвід звернення за допомогою. Хоча результати порівняння не є статистично значущими ($p=0,054$), окремої уваги потребує високий відсоток жінок (82,5%), які, не маючи досвіду звернення за допомогою, вважають, що для них така можливість отримання психологічної допомоги була б корисною.

Висновки

1. Ресурсна комунікативна поведінка дружин комбатантів у соціальній мережі Facebook має дві складові: саморегуляція власних емоційних станів; звернення за допомогою із соціальних та психоемоційних питань.

2. Використання соціальних мереж для саморегуляції негативних емоційних станів є більш поширеною практикою комунікативної поведінки дружин комбатантів аніж звернення за допомогою до Facebook-спільнот.

3. Наявність значного відсотку жінок, які хотіли б мати змогу отримати швидку безоплатну психологічну допомогу через Facebook та електронну пошту, говорить про наявність готовності у цієї групи опитуваних отримувати допомогу через спеціалізовані онлайн-ресурси.

4. Для формування спеціалізованих онлайн-ресурсів варто враховувати, що частіше дружини комбатантів звертаються до Facebook – спільнот із соціальних питань. Тому для кращого залучення потенційних користувачів таких ресурсів необхідно створювати онлайн- платформи, які б

забезпечували як надання психологічної допомоги, так і надання консультацій із соціальних питань.

Література:

1. Дідик, Н.Ф. (2019). Система роботи із сім'ями військовослужбовців: порівняльний аналіз досвіду США, Канади, Великої Британії. Наукові студії із соціальної та політичної психології, (44(47)), 37-51. [https://doi.org/10.33120/ssj.vi44\(47\).115](https://doi.org/10.33120/ssj.vi44(47).115)
2. Найдъонова, Л.А., (2014). Медіа практики і медіапотреби суб'єктів взаємодії: медіа ресурси і медіа ризики процесів інтерсуб'єктивної взаємодії. За ред. Л.Найдъонова, Н. Череповська, Медіапсихологія на перетині інформаційного та освітнього просторів. Київ: Міленіум, С.35-46.
3. Стернин И.А., Камбаралиева У.Дж. (2018). Теоретические проблемы описания коммуникативного поведения. Коммуникативные исследования, (2 (16)), 20-34.
4. Умеренкова Н.Ф. (2020). Індивідуально-психологічні особливості дружин комбатантів з різним досвідом війни їхніх чоловіків. Психологічний часопис, 6(4), 213-228. <https://doi.org/10.31108/1.2020.6.4.18>
5. Carter, Sarah & Renshaw, Keith. (2015). Spousal Communication During Military Deployments: A Review. Journal of Family Issues. 37. 1-24. 10.1177/0192513X14567956
6. Merolla, A. J. (2010a). Relational maintenance and noncopresence reconsidered: Conceptualizing geographic separation in close relationships. Communication Theory, 20, 169-193. doi:10.1111/j.1468-2885.2010.01359.x

Ф. Ш. Фаизова

*преподаватель Национальный университет Узбекистана,
Ташкент, Узбекистан*

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ЧЕРЕЗ СЕРВИС ZOOM В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация: статья посвящена использованию игровых технологий в современных условиях.

Ключевые слова: студент, вуз, преподаватель, экономика, инновации.

Встав на путь обновления, Независимый Узбекистан активно использует все то новое, что появляется в жизни мирового сообщества. Это особенно явно проявилось в том, что в период пандемии университеты нашей республики стали изыскивать новые формы организации учебного процесса, выбрав для этого дистанционный формат общения со студентами через сервис ZOOM. Этот сервис позволил в полной мере реализовать устойчивую связь между преподавателями и студентами в онлайн-формате. Студенты заблаговременно оповещались о времени проведения занятий, их тематике, могли ознакомиться с текстом

лекцій, посмотреть видео уроки, презентации, подготовленные преподавателями-предметниками, выполнить предложенные практические задания, которые были прикреплены к платформе модуля.

Переход к кредитно-модульной системе был задуман руководством университета достаточно давно, а необходимость экстренного поиска организации учебного процесса обусловила реализацию этой задачи. Особенно такой переход оказался востребованным в связи с тем, что 2020 год в нашей республике объявлен «Годом развития науки, просвещения и цифровой экономики». И хотя пандемия усилила напряженность в обществе, преподаватели и студенты оказались в вынужденной изоляции, очень быстро руководство университета и члены учебных кафедр наладили учебную работу, воплотив в жизнь возможность использования учебно-образовательной платформы ZOOM.

Национальный университет Узбекистана (НУУз) подготовил для преподавателей и студентов методические рекомендации и инструкции, обеспечивающие переход на дистанционный формат. Они были размещены на сайтах университета и разосланы в Telegram-канал. Все преподаватели и студенты получили свои логины и пароли для входа на платформу, что позволило в дальнейшем обеспечить доступ к материалам учебного процесса.

Чтобы учебный процесс не вызывал серьезные трудности со стороны студентов и не усиливал психологическую напряженность, преподаватели применяли различные инновационные технологии. Мы в своей работе ориентировались на современный комплекс применяемых педагогических технологий. Они достаточно разнообразны и применялись нами в соответствии учебными целеустановками. О самой разнообразии этих технологий свидетельствуют помещённые на сайте Яндекс.ru 7 тыс. изображений, представленных в виде схем и картинок.



Даже из этих 4 изображений видно, что всегда упоминаются в качестве современной образовательной технологии игровые методы. На наш взгляд, применение игровых технологий оказалось в современных условиях пандемии действенным, поскольку позволило заинтересовать студентов, вовлечь их в интересный формат общения, освободить от излишнего эмоционального напряжения, активизировать навыки коллективного обучения, проявления лидерских и поисковых качеств. О действенности применения игровых

технологій говорили многие преподаватели – теоретики и практики, а мы убедились в этом во время подготовки и проверки заданий для студентов, обучающихся в онлайн-формате.

Для студентов национальной аудитории особенно сложным является курс «История русского литературного языка», поэтому помочь им преодолеть языковой и психологический барьер при ознакомлении с материалами лекций и выполнении практических заданий помогли разработанные нами игровые методики. В частности, для заданий мы использовали игры «Самый быстрый переводчик», «На скейте в Древнюю Русь», «Все на Карамзина», «Свой среди чужих», «Сто к одному», «Умники и умницы», «Лучше всех», «Базар рукописей» и др.

Использование игровых технологий позволило создать ощущение того, что обучение не превратилось в обыденное выполнение письменных заданий, а приобрело характер заинтересованного и творческого поиска и накопления знаний, приобретения качественных навыков и умений, когда преподаватели и студенты совместно преодолевали трудности изоляции, не чувствовали отчужденности, а наоборот, активно участвовали в апробации платформы ZOOM.

Література:

1. Абрамова Е.А., Капралова М.А. Роль цифровой экономики в эффективном управлении современными экономическими отношениями // Вестник Ивановского государственного университета. Серия «Экономика». Иваново, 2019. Выпуск 1/2 (39/40).
2. Бейсембаева, А. К. Игровые технологии в обучении (на примере преподавания иностранного языка) / А. К. Бейсембаева. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 44 (230). – С. 255-257. – URL: <https://moluch.ru/archive/230/53357/> (дата обращения: 18.06.2020).
3. Шапиева А. С., Магомедова П. К. Применение игровых технологий в процессе обучения. // Евразийский Союз Ученых. – № 10–4 (19). – 2015. – С. 70–73.

*Ю.С. Чаплінська, докторант, к. психол. н., с. н. с.
лабораторії психології масових комунікацій та медіаосвіти
Інституту соціальної та політичної психології
НАПН України, м. Київ*

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ Чат-БОТІВ В ОСВІТНІЙ СФЕРІ

Анотація: В матеріалах представлено авторську концепцію роботів без тілесного втілення, а також описано 6 типи чат-ботів за їх функціоналом у навчальному процесі.

Ключові слова: роботи, програмні роботи, чат-боти, типологія

Досліджуючи широкий спектр наукової літератури, що присвячена навчальним роботам, ми дійшли висновку, що всі аналітичні огляди фокусуються виключно на роботах, які мають тілесне втілення. Існує три основні способи використання таких роботів у навчальному процесі: для викладання основних понять (особливо з математики, фізики чи механіки), для допомоги учням-інвалідам у маніпуляціях під час занять у класі та як об'єктів вивчення (Lees, LePage, 1996).

На жаль, в науковій літературі концепція роботів, які не мають тілесного втілення не просто не описана, а, навіть, подекуди не озвучена. Хоча існує безперечна тенденція до діджиталізації та віртуалізації сучасного світу. Вже не можна уявити собі буденність без розумних мобільних додатки, що допомагають з навчанням (наприклад, із вивченням мови), чат-ботів для пошуку інформації, ігр-симуляторів з доданою реальністю, для відпрацювання певних навиків.

Деякі практики робототехніки застосовують термін «програмний робот для позначення тих роботів, що відрізняють їх від механічних, з тілом. А інколи для позначення програмних роботів навіть використовують просто слова «бот». Це пов'язано з тим, що немає одного спільного визначення чи універсальної класифікації, яка б внесла ясність.

У своїх наукових дослідженнях, ми будемо використовувати термін **робота без тілесного втілення (РБТВ)**, що функціонує на основі штучного інтелекту, виконують набір необхідних для полегшення людського життя функцій, реалізується виключно у віртуальному світі і може продукувати цифрових симулякрів, аватарів, моделей чи, навіть, світи, тим самим розширюючи межі віртуальної реальності і формуючи ключові точки її відмінностей від реального світу. У категорію роботів без тілесного втілення ми відносимо і чат-ботів, дослідження яких в науковій сфері, на жаль, носить дуже обмежений характер.

Метою даних матеріалів є визначення поняття чат-боту в освітній сфері, виокремити переваги його застосування у навчальному процесі та презентувати авторську класифікацію освітніх чат-ботів.

Саме поняття «чат-боту» було введено у 1994 році Майклом Молдіном (творцем Verbot, Джулія) для опису розмовних програм під час геймінгового процесу і тоді chatterbot (оригінальна назва – *прим. автора*) визначали як робота-гравця, головною метою якого було базікання або розмова. Коли в гру входило мало гравців, деякі люди вважали, що спілкуватися з роботом краще, ніж не говорити взагалі (Mauldin, 1994: 17).

Освітній бот є автоматизованою інтелектуально-навчальною система, яка функціонує на основі штучного інтелекту, що забезпечує зміст навчання та формує спеціальне середовище для вивчення та перевірки знань за певним предметом у діалоговій формі.

Освітні чат-боти мають свої організаційні переваги:

1) вони можуть допомогти навчатися учням за допомогою ряду повідомлень, ніби це звичайна розмова в чаті, але складена у лекцію (створюють ілюзію присутності та «живої» комунікації з іншою істотою);

2) можуть давати теми як за допомогою стандартних текстових повідомлень, так і мультимедіа (зображення, відео, аудіо) чи файлових документів;

3) можуть проводити цикл оцінювання рівня розуміння кожного учня індивідуально, а потім надавати їм наступні частини лекції відповідно до їхнього успіху;

4) тестування по пройденому матеріалу може проводитися у різних режимах (екзамен, тренажер тощо);

5) є доступними 24/7;

6.) здатні збирати зворотній зв'язок від користувачів про через діалоговий інтерфейс себе, тобто про якість навчання за допомогою чат-бота;

7) в чат-ботів не закладено функцію «посварити за неправильну відповідь», як це часто роблять вчителі, роботи не реагують емоційно на помилку дитини і вона може багато разів спробувати виконати завдання і в підсумку знайти правильну відповідь.

Ми можемо виділити наступні типи чат-ботів за їх функціоналом у навчальному процесі:

- *інформаційний бот* – він не створює ілюзію присутності іншої живої істоти (оскільки діалог з ним має примітивний характер), а просто за встановленим графіком надає інформацію на конкретну тему. Наприклад, кожного понеділка та середи о 10:00 бот надає усім користувачам, що на нього «підписані», інформацію про нові дослідження в області біології, астрономії чи фізики;

- *пошуковий бот* – допомагає учням знаходити необхідну інформацію за введеними ключовими словами чи запитом. Це може бути відео, картинки, статті, чи, навіть, об'єкти на карті. Наприклад, існує @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по «Вікіпедії» за допомогою голосової команди або @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по mybookbot, що здійснює пошук книг на будь-якій мові з можливістю скачування їх в форматі ePub. А @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по usheba_bot, може допомогти старшокласнику обрати ВНЗ, школу чи додаткові курси у відповідності із запитом.

- *бот-помічник вчителя/тренера/тьютора* – це чат-боти налаштовані щоб надсилати учням додаткову інформацію чи завдання для індивідуального вирішення. Також такий бот може проводити опитування чи тестування учнівської молоді. Так, @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по crossfitwodbot може надсилати учню програму фізичних тренувань на день або тиждень, записує отримані результати і порівняти їх з досягненнями інших учнів.

- *бот-консультант* – такий бот виконує функцію віртуального помічника та має можливість відповідати на запитання. Наприклад, в австралійському Університеті Дікіна в Вікторії розробили інтелектуального чат-

бота, який допомагає студентам адаптуватися до життя в кампусі, знайти лекційний зал або їдальню, подати заявку на навчальний курс, відшукати місце для паркування тощо.

- *бот-перекладач* – існує ціла плеяда чат-ботів які спеціалізуються виключно на вивченні мови як в цілому, так і окремих її аспектів. Наприклад, AndyRobot може вести серйозні розмови «за життя», підтримувати small talk з користувачем, підбирати для нього відповідні його рівню знань тести та ігри, PronunciationBot допомагає навчитися бездоганно вимовляти слова, а @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по Grammarazibot перевіряє грамотність написання текстів.

- *бот-робочий інструментарій* – такі боти мають широкий спектр застосування і основний їх функціонал – це полегшувати людське життя і роботи складні для більшості людей дії простими. Так, @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по voiceru_bot може синтезувати в текст голосові повідомлення і навпаки, а @Wikipedia_voice_bot, який забезпечує пошуку по topdf_bot – конвертувати в PDF документи і файли будь якого формату (doc, docx, odt, txt, jpg).

Як ми бачимо освітні чат-боти мають широкий видовий спектр і ми впевнені, що в майбутньому з'являться нові варіації, наприклад, ігрові чат-боти.

Висновки

Підсумовуючи усе вищезазначене, варто сказати, що боти, перш за все, спрощують і полегшують як організацію учбової діяльності, так і процес засвоєння знань. Діалогова форма подання інформації, значні можливості у пошуку інформації, багатозадачність та функціональності, можливість індивідуальних налаштувати та різноманітних форм тестування, роблять освітніх ботів зручним у користуванні інструментом сучасних медіаосвітян.

Література:

1. Lees, D. and LePage, P. (1996). Robots in education: the current state of the art. Journal of Educational Technology Systems, 24 (4), 299–320.
2. Mauldin, M.L. (1994). Chatterbots, Tinymuds, and the Turing Test: Entering the Loebner Prize Competition. AAAI, 16).–21.

Н. І. Череповська,

*к. психол. н., с.н.с. лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти
Інституту соціальної та політичної психології
НАПН України, м. Київ*

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ: МЕДІАТВОРЧІСТЬ

Анотація: у роботі розглядається інформаційний патріотизм молоді як її ресурс в умовах інформаційної агресії. Одним з важливих засобів дієвого інформаційного патріотизму є медіаторчість як створення патріотичного

проукраїнського медіаконтенту в інформаційному просторі. Створення патріотичного медіаконтенту передбачає три варіанти: поширення інформації патріотичного змісту, яка вже існує; поєднання візуальних, текстових елементів, які вже існують з додаванням власних коментарів, постів; створення оригінального власного патріотичного медіаконтенту.

Ключові слова: інформаційний патріотизм молоді, медіаторчість як засіб дієвого інформаційного патріотизму, створення нового патріотичного медіаконтенту.

У добу цифрового суспільства, розвитку технологій і візуальної медіакультури зокрема, зростає роль інформаційного патріотизму суспільства. Найбільшій актуальності інформаційний патріотизм набуває в умовах ідеологічної, інформаційної війни, що ведеться проти України, метою якої є вплив на суспільну свідомість та руйнування ідентичності українців.

Ми припускаємо наступне: якщо інформаційна агресія, ворожа пропаганда, спрямована проти нашої країни, може призвести до медіатравмування людини, то його профілактикою, подоланням наслідків технологій психологічного впливу може стати інформаційний патріотизм особистості та медіаторчість патріотичного змісту зокрема.

Інформаційний патріотизм є новою формою патріотизму інформаційної доби: він становить активізацію емоційно-почуттєвої, ментально-когнітивної, мотиваційно-дієвої складових патріотизму особистості, які актуалізуються/реалізуються саме у площині медіа-інформаційного простору і спрямовані на захист, збереження, просування українських цінностей.

Одним з вагомих засобів інформаційного патріотизму у протистоянні шаленому тиску ворожої пропаганди є *медіаторчість* – продуктивна діяльність зі створення медіаконтенту патріотичного змісту, а також критичного, творчого сприймання будь-якої інформації у медіа, інформаційному просторі. Особливої, функціональної значущості медіаторчість набуває для повноцінної реалізації дієвого інформаційного патріотизму молоді. Медіаторча діяльність патріотів, будучи спрямованою на створення і поширення патріотичного, контр-пропагандивного медіаконтенту, здатна певною мірою захистити вітчизняний інформаційний простір, стати альтернативою реальним загрозам ворожої пропаганди.

Нами було проведено попереднє опитування студентської молоді щодо особливостей феномену інформаційного патріотизму за шкалами медійних уподобань, ментально-когнітивних позицій, мотиваційно-дієвих інтенцій. (Вибірка: студенти, 150 осіб, 2020 р.).

Результати емпіричного дослідження особливостей структурно-функціональних складових інформаційного патріотизму молоді показали наступне.

За шкалою медійних уподобань як *позитивного ставлення до українського медіаконтенту* виявлено: люблять переглядати в медіа те, що має

проукраїнський зміст 42,4 % респондентів; улюблені стрічки українського виробництва мають 39,8 % молоді; люблять переглядати патріотичні відео, рекламні ролики, картинки 26,7 % опитаних.

Шкала ментально-когнітивного позиціонування передбачає дві підшкали: ментальну і когнітивну.

Результати опитування за *ментальною* складовою, яка визначає патріотичні переконання молоді, показують наступне: 32,9 % респондентів не

бажають витратити час на перегляд інформації, яка походить з країни-агресора; 26,7 % – вважають неприпустимим переглядати саме розважальний, художній медіаконтент, який походить з країни-агресора; 60,3 % молоді вважають важливим відстежувати події, які відбуваються в Україні.

Отримані результати *когнітивної* складової, як здатності свідомо, критично ставитися до медіаконтенту, показали таке: знають власників телеканалів, які дивляться, 26 % опитаних; перевіряють першоджерело сумнівної інформації 29,4 % осіб; зазвичай аналізують інформацію про важливі події, порівнюючи її висвітлення на інших каналах/сайтах 39 % респондентів.

За шкалою *мотиваційно-дієвої* складової інформаційного патріотизму, як готовності до дій, конкретні дії, виявлено наступне: серед готових захищати інформаційний простір України від брехні, маніпуляцій, пропаганди визначилось 32,9 % опитаної молоді; стежать за новинними медіа 57,5 %; зазвичай поширюють інформацію, яка позитивно висвітлює Україну, українців, українські цінності 28 %; створюють медіаконтент в мережі про важливі події в країні, визначні дати, героїчні постаті 17,1 % респондентів.

З отриманих результатів видно, що крім показників «важливості стеження за подіями в країні» і «стеження за новинними медіа», решта показників інформаційного патріотизму отримала менше 50 %.

Особливо привертають увагу показники пасивної медіаторчості в мережі, як «поширення інформації...» – лише 28 % і репродуктивної, як

«створення нового медіаконтенту про важливі події, визначні дати, героїчні постаті» – ще менше: 17,1 %. Ці досить низькі показники красномовно вказують на проблему необхідності розвитку медіаторчості у контексті інформаційного патріотизму молоді. До речі, опитування старшокласників у 2018 році (1500 осіб), також виявило низьку тенденцію щодо створення нового медіаконтенту про важливі події, дати, героїчні постаті – 14,8 %.

Зважаючи на важливість захисту інформаційного українського медіапростору, збереження і поширення національних цінностей і смислів через створення відповідного медіаконтенту та водночас зазначені низькі

показники опитування, проблема розвитку інформаційного патріотизму і патріотичної медіаторчості молоді набуває неабиякої актуальності і потребує невідкладного розв'язку.

Для початку, на підставі емпіричного дослідження, ми висунули напрями розвитку патріотичної медіаторчості:

- 1) – *поширення* існуючого патріотичного українського медіаконтенту як

пряма пропаганда українських цінностей;

2) – *компіляція* готової медіапродукції з додаванням власного тексту, як більш активне просування українського контенту у соціальних мережах.

Ці два напрями патріотичної медіаторчості потребують мотивації патріотичної активності молоді у медіапросторі і мережевому зокрема.

Також, ми додатково висуваємо ще один напрям розвитку медіаторчості патріотичного змісту: 3) – *створення саме оригінального медіаконтенту*. Тобто, не тільки «поширення» (як звичайний перепост) або елементарна

«компіляція» існуючого зображення (раніше кимось створеного) з додаванням власних коментарів/тексту до нього, а саме «автономно створений патріотичний медіаконтент».

Чому ми наголошуємо саме на більш креативному підході процесу медіаторчості? По-перше, свідомо докладаючи зусиль до створення власного патріотичного медіаконтенту (фото, відео, цифрований малюнок, варіанти комп'ютерна графіка, цікаві патріотичні ідеї у форматі есе/посту), людина мимоволі зміцнює особистий патріотизм. По-друге, створюючи нові візуальні образи патріотичного змісту, людина збагачує інформаційний простір проукраїнським медіаконтентом як поширенням нових українських ідей, образів, ідеології. По-третє, на думку спеціалістів у галузі міфодизайну, загальнокультурний український контент потребує оновлення традиційних і створення нових українських Міфів, Героїв (В. Зеленін, 2019). Тобто, йдеться про трансформацію, пристосування українських Символів до нових історичних умов, що склалися в Україні, а також створення нового українського символічного простору.

Так, наприклад, варіантом оновлення традиційного образу невмирущого Козака Мамає може стати його часткове/повне перевтілення в сучасного українського Воїна – захисника України. Іншим варіантом створення нового символу може стати образ Котика – тваринки, яка набула неабиякої популярності серед українських вояків сучасної російсько-української війни у якості не тільки практичного помічника по знищенню мишей у польових умовах життя, а й що важливіше – зоотерапевтичного ресурсу з психологічного відновлення комбатантів. До речі, цей новий образ Котика як «побратима» частково витісняє традиційний український тотем Коня – символу волі, війни, землеробства. Мабуть це відбувається тому, що наразі кінь вже не є таким актуальним для людини, воїна, як у давнину.

Звичайно, що у такій важливій і відповідальній справі, як творення системи нових образів і смислів сучасної української ідеології в інформаційному просторі, не завадять практичні технічні уміння – редагування фотографій, володіння спеціальними програмами комп'ютерної графіки зі створення «картинки», анімації тощо. Разом з тим, є й «простіший» спосіб візуалізації нової ідеї, нового образу – це створення власноруч рисунку, малюнку, витинанки, які треба лише цифрувати, щоб надати новим Героям віртуального життя в інформаційному просторі.

Висновки

1. Інформаційний патріотизм є ресурсом особистості в умовах інформаційної агресії, профілактикою і подоланням медіатравми.

2. Одним з важливих засобів дієвого інформаційного патріотизму є медіаторчість як створення патріотичного проукраїнського медіаконтенту.

3. Створення патріотичного медіаконтенту реалізується у трьох напрямках: *поширення* існуючої інформації патріотичного змісту; *поєднання існуючих* візуальних, текстових елементів з додаванням власних коментарів, постів; *створення* оригінального власного патріотичного медіаконтенту.

4. Оригінальний патріотичний медіаконтент передбачає *творення нових ідей* щодо нового патріотичного образу і володіння технічними навичками для його *втілення* в інформаційний віртуальний простір.

5. Виникає необхідність розробки системи інноваційних засобів і технологій з розвитку, посилення інформаційного патріотизму молоді й медіаторчості зокрема.

Н.Н. Щитка,

*к. філолог. н., доцент кафедри русскої філології
Національного університету Узбекистана імені
Мирзо Улугбека г.Ташкент, Республіка Узбекистан*

ИЗ ОПЫТА ПРЕПОДАВАНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ КУРСОВ В НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ УЗБЕКИСТАНА

Аннотація: Матеріали презентують опыт дистанционного обучения студентов в период пандемии COVID-19.

Ключевые слова: медиапрактики, обучение, студенты

В соответствии в приказом Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан все вузы перешли на дистанционную форму обучения с конца марта. Не стал исключением и головной вуз страны. Конечно, и до пандемии студенты довольно много своего рабочего времени проводили в среде виртуального мира. Благодаря свободному доступу они могут в любое удобное для них время и учиться, и совершенствовать технические навыки на своих телефонах, планшетах, ноутбуках, компьютерах. Буквально с первых дней имеющийся внутриуниверситетский портал стал пополняться новым учебно-методическим материалом. Нам удалось не прерывать учебный процесс даже на неделю.

Сразу стало понятно, что дистанционное обучение – это не просто видеолекции, но и иная, непривычная система оценивания, это иное методическое сопровождение курсов. Учебная часть университета мобильно создала инструкции, обучающие видеоролики, которые помогли студентам плавно войти в дистанционную деятельность. На первой неделе карантина в

месенджері Телеграм, де зареєстровані майже всі наші студенти, були розміщені навчальні ролики, оголошення, навчальні матеріали.

Паралельно з технічним переформуванням навчально-методических комплексів виникло питання форм взаємодії з аудиторією. Розглядалися різні форми дистанційного навчання. Під дистанційними ми розуміємо ряд форм, які хоча б частково пов'язані з дистанційним навчанням. Це, в першу чергу, відеолекції, вебінари, презентації, електронні тексти лекцій, контроль і тестування, робота з електронними підручниками, словниками, посібниками, тематичні збірники вправ по лінгвістическим дисциплінам – ряд можна продовжити. Спектр можливостей широкий: викладач самостійно вибирає ефективну форму. Наш університет будував свою діяльність в системі Zoom по встановленому в початку семестру розкладу. Значительна кількість наших студентів проживає не в столиці, тому при виборі форм взаємодії перевагу надавалося тим з них, які забезпечували можливість студенту займатися в будь-яке зручне для нього час. Саме поєднання можливостей системи Zoom і університетського порталу розширило коло можливостей в арсеналі освітніх технологій: комунікація, включаючи відеолекції, он-лайн обговорення, чат – мобільна можливість співпраці викладача і студента.

Організатором конференції (навчального заняття) може бути будь-який учасник, інтерактивна дошка дозволяє миттєво переключатися з демонстрації свого матеріалу на вивчення нового. Швидкість вивчення інформації, її мультимедійність, звичайно ж, значно ефективніше традиційних форм групової роботи. Для нас, філологів, робота в zoom, маємо, стане незамінною по тому ж причині, що вона дозволяє використовувати живу, звучущу мову, що дуже важливо при вивченні нерідної мови.

Вивчення нового матеріалу відбувалося на вебінарах; для тих, хто не міг підключитися в встановлене час, на платформі університету розміщалися навчальні 20-хвилинні ролики, авторські відеолекції; крім цього, навчально-методическі комплекси були оснащені посиланнями на відкриті ресурси по лінгвістическому. При цьому стала можливою змішана форма навчання, при якій аудиторна робота в zoom (це і лекційні, і практичні, і семінарські заняття) поєднується з самоосвітою і самостійною роботою на порталі університету. В такій формі вдалося проводити контрольне тестування, опитування і навіть державні іспити. Дистанційне навчання дало можливість студентам самостійно вибирати тривалість, темп занять, кожен з них мав можливість перевірити, наскільки добре їм вивчений матеріал, пройшов он-лайн тести з перевіркою роботи. Викладач, формуючи інструментарій курсу, в залежності від теоретическої складності матеріалу, часу, необхідного на його вивчення, визначає різну кількість і форм контролю, і можливостей повторної здачі завдань. Оснащеність курсів електронними підручниками значно підвищує

ефективність обучения, поскольку студенту нет необходимости составлять подробные конспекты, ведь в один клик он может и подчеркнуть в тексте ключевые слова, и выделить верный ответ (получив сразу же результат); преподаватель имеет возможность анализировать и ход работы, и количество затраченного студентом времени, и анализировать результативность избранных методик. На портале есть несколько возможностей индивидуальной работы со студентом (рецензирование его работы как в целом, так и по составляющим, к примеру, в ходе подготовки курсовых и магистерских работ).

Изучение возможностей использования дистанционного обучения становится все более актуальным. Это связано с тем, что уже во многих университетах появились возможности использования дистанционных курсов, программ, и даже факультетов. На базе среды Moodle созданы локальные сети не одного университета.

Как нам кажется, уже в скором времени дистанционные курсы составят серьезную альтернативу традиционному обучению. Несомненно, они заставят пересмотреть существующий формат обучения. Причем эффективность дистанционного обучения, как многомерного процесса, должна будет учитывать ряд параметров: уровень преподавателя, разрабатывающего учебный курс; уровень учебных планов университета, их целевая установка; мониторинг эффективности учебного цикла.

Много можно спорить о целесообразности форм дистанционного обучения применительно к конкретному направлению образования, на наш взгляд, в филологической подготовке специалистов удельный вес «живого» общения несравненно выше. Он-лайн обучение сегодня вырвалось вперед, он становится все более значимым, популярным, но, на наш взгляд, оно не сможет заменить традиционное.

Література:

1. Полат, Е.С., Моисеева, М.В., Петров, А.Е. (2006). Педагогические технологии дистанционного обучения. М.: Академия.