

9. Департамент соціального захисту населення. Внутрішньо переміщені особи.  
URL: <http://koda.gov.ua/oblderzhadministratsija/216-struktura/strukturni-pidrozdili-oda/departament-socialnogo-zakhistu-nas/> (дата звернення: 14.02.2018).

**Остапенко І. В.**

*Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді, кандидат психологічних наук (м. Київ, Україна)*

**Соснюк О. П.**

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет психології, доцент кафедри соціальної психології, кандидат психологічних наук (м. Київ, Україна)*

**МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ МЕДІАКОНТЕНТУ  
ДЛЯ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ**

Одним з важливих напрямів практичної роботи соціальних психологів є розвиток громадянської компетентності молоді. Реалізація цього завдання потребує пошуку сучасних інструментів, які мають бути релевантними для молодих людей. У зв'язку з цим серед існуючих засобів особлива роль відводиться медіаконтенту.

Науковцями та практиками медіаконтент розглядається як змістове наповнення друкованого, аудіовізуального, електронного чи конвергентного засобу масової інформації матеріалами у формі тексту, зображення чи звукозапису з метою передачі інформативних, загальнозначущих, естетично привабливих різножанрових повідомлень, спрямованих на масову аудиторію [3]. Важливою особливістю медіаконтенту вважається уніфікованість, яка виникає внаслідок глобалізації та залучення до процесу генерації інформаційних повідомлень великої кількості користувачів соціальних медіа

Завдяки цьому медіаконтент стає все більш інтернаціональним як за змістом, так і за формами та видами.

Існують різні класифікації медіаконтенту. За принципами створення розрізняють медіаконтент: 1) створений організацією, тобто ЗМК, підприємствами, органами державної влади, громадськими організаціями; 2) створений споживачем (користувачем), що отримав спеціальну назву «користувацький контент» (User-Generated Content).

Залежно від форми поданої інформації розрізняють такі види контенту: вербальний, візуальний, аудіальний, креолізований (комбінований, змішаний).

Найважливішим різновидом медіаконтенту є текст, тобто вербальний контент. Саме за ним передусім і ведеться індексація всіма пошуковими системами. Вербальний контент містить у собі різні варіанти знання про події, проблеми, людей, відносини між ними, нові ідеї, артефакти.

Головна перевага візуального контенту полягає в тому, що він швидко повідомляє інформацію та має велику здатність до запам'ятовування. До основних видів візуалізації належать: комікси, карикатури, шаржі, меми, карти, чарти, таблиці, інфографіка, фотографії, відео, скетчноутінг (візуальне конспектування). Багато з зазначених форм візуалізації вже давно й надійно стали незмінною часткою інформаційних технологій, однак меми як популярна форма візуалізації виникли відносно нещодавно. Мем – слово, похідне від грецького μίμησις (мимесис, мімесис), що означає наслідування, імітація, репрезентація. У розумінні сучасних конвергентних медіа меми – це вірусні дотепні, іронічні, глузливі, а то й саркастичні малюнки, фотографії, шаржі та демотиватори. Найчастіше їх використовують як ілюстрації до текстів із метою посилення ефекту висловленого або як візуальний коментар. Також меми, особливо демотиваційні постери (демотиватори), можуть використовуватись і як самостійні повноцінні медіапродукти.

Серед найвідоміших форм аудіоконтенту виокремлюють: тематичні передачі, аудіоверсії інтерв'ю, новинні повідомлення; подкасти, доповнення до

фотографій у аудіо-слайд-шоу, аудіо онлайн-конференції та інтерв'ю, аудіокоментарі, рекламні споти; аудіокниги, музику та ін.

Найоптимальнішим для сучасних конвергентних медіа і фактично найпоширенішим на їх платформах є креолізований (змішаний) тип контенту. Під змішаним типом контенту розуміється складний твір, що містить текст, фотогалерею, інформаційний малюнок, відеоряд та аудіопередачу або кілька із цих елементів.

Багаторічний досвід наших досліджень дозволяє стверджувати, що для розвитку громадянської компетентності можуть використовуватись різні види контенту. Одні - як діагностичний та розвивальний засіб (комікси, веб-квести) [1;4], другі - як інструменти розвитку критичного мислення та оволодіння технологіями факт-чекінгу [5], треті - як методи активізації громадянських настанов та тематичних дискусій (вербальний медіаконтент) [1;2], четверті як інструменти створення та поширення власних медійних продуктів (сторітеллінговий контент) [2].

### **Список використаних джерел;**

1. Остапенко, І. В. (2019). Стратегії та технології активізації самоідентифікування молоді. К.: Імекс ЛТД.
2. Остапенко І. В., Соснюк О. П. Розвиток громадянської компетентності молоді методами активного соціального навчання з використанням медіаконтенту. Український психологічний журнал, 1 (15), 127-147. doi: [https://doi.org/10.17721/upj.2021.1\(15\).7](https://doi.org/10.17721/upj.2021.1(15).7)
3. Садівничий, В. О. (2017). Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа. В. Е. Шевченко (ред). Кросмедіа: контент, технології, перспективи : колективна моногр. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (с. 40-47). К. : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

4. Соснюк, О. П., Остапенко, І. В. (2018). Веб-квест як інструмент розвитку медіакомпететності студентської молоді. Український психологічний журнал, 1 (7), 133 –150.

5. Соснюк, О. П., Остапенко, І. В., Столярова Д. О. (2021). Факт-чекінг як інструмент розвитку критичного мислення користувачів соціальних медіа. Український психологічний журнал, 2 (16), 125-140. doi: [https://doi.org/10.17721/upj.2021.2\(16\).8](https://doi.org/10.17721/upj.2021.2(16).8)

### **Пащенко С. Ю.**

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка, доцент кафедри психології розвитку, заступник декана факультету психології, кандидат педагогічних наук, доцент (м. Київ, Україна)*

## **НАВИЧКИ САМОДОПОМОГИ ПСИХОЛОГІВ У СИТУАЦІЇ ВІКАРНОЇ ТРАВМИ**

Працюючи в умовах війни, психологи тривалий час знаходяться під впливом стресових подій, стикаючись з жертвами воєнних дій та тортур, травмованими людьми, масовим стражданням, смертю, жорстокістю, втратами, тривалим напруженням та знаходженням у ситуації невизначеності. Психологи в таких умовах рано чи пізно зазнають вторинної травматизації. В той же час, для них критично важливо не втратити власний професійний, особистісний та емоційний ресурс, тобто зберегти можливість надавати психологічну допомогу клієнтам – жертвам війни. Для цього необхідно знати про те, що таке вікарна травма, розуміти її природу та наслідки для самого психолога і навчитися здійснювати самодопомогу в ситуації вторинної травматизації.

У DSM-5 зазначено, що травма виникає через контакт зі смертю або загрозою смерті, серйозними ушкодженнями та сексуальним насильством. Травматизація є результатом безпосереднього переживання травматичної події