

***Череповська Наталія Іванівна***

*кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,  
завідувачка лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти,  
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,  
м. Київ, Україна*

## **ПАТРІОТИЧНА АКТИВНІСТЬ МОЛОДІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МЕДІАТВОРЧІСТЬ**

В умовах інформаційної війни, яка ведеться проти України і спрямована передусім на руйнування ідентичності української нації, набуває актуальності патріотична активність молоді в соціальних мережах. Патріотична активність передбачає передусім збереження й поширення українського контенту, захист українського інформаційного поля від ворожої пропаганди, а також просування українських цінностей і смислів в інтерактивному інформаційному просторі. Однією з форм патріотичної активності користувачів інтернет є спільна, індивідуальна медіаторчість. Результатом медіаторчості є створення оригінального медіаконтенту будь-якого формату проукраїнського змісту.

In the conditions of the information war against Ukraine which is aimed primarily at destroying the identity of the Ukrainian nation, the patriotic activity of young people on social networks is becoming relevant. Patriotic activity presupposes, first of all, the preservation and dissemination of Ukrainian content, the protection of the Ukrainian information field from hostile propaganda, as well as the promotion of Ukrainian values and meanings in the interactive information space. One of the forms of patriotic activity of Internet users is collective and individual media creativity. The result of media creativity is the creation of original media pro-Ukrainian content of any format.

*Ключові слова:* інформаційно-психологічна війна, патріотична активність, інформаційний патріотизм, медіаторчість патріотичного змісту.

1. Інформаційна війна, як надважлива складова гібридної, має два основні напрями: психологічний і техногенний. Відповідно її основними завданнями є 1) психологічний вплив на свідомість людини, суспільство переважно через пропаганду, маніпуляцію у ЗМІ та соціальних мережах; 2) техногенний вплив на канали комунікації, електронні інформаційні системи через вірусні атаки та інші кібервтручання (Череповська, 2020 а).

Проблема полягає у необхідності систематичного й організованого спротиву з боку українського суспільства зовнішньому психологічному тиску, який здійснюється за допомогою засобів медіа- та інформаційних технологій. Зважаючи на те, що інформаційно-психологічні війни відбуваються переважно в інформаційному середовищі інтернет, це вимагає від суспільства і молоді зокрема, не тільки медіа-, інформаційної грамотності, а й «дієвого» патріотизму в інтерактивному кіберпросторі – патріотизму «інформаційного». Інформаційний патріотизм, як відносно нове соціально-психологічне явище, становить нову форму традиційного патріотизму в інформаційну добу та реалізується виключно в інформаційному середовищі інтернет. Його провідними функціями є збереження, захист і просування українських цінностей у кіберсередовищі.

Відповідно специфіка патріотичних дій молоді має бути спрямована на: 1) збереження українського медіаконтенту через його поширювання; 2) захист українського інформаційного простору як протидія ворожій пропаганді; 3) створення медіапродукту патріотичного змісту як просування українських цінностей в кіберпросторі (Череповська, 2020).

Відповідно, розвивальні засоби патріотичної поведінки в інформаційному просторі передбачають стимулювання активності молоді за допомогою різних завдань: «зберігального», «захисного» характеру, а також творчих – спрямованих на створення оригінального, патріотичного контенту.

2. Дослідження патріотичної активності молоді у соціальних мережах.

З метою виявлення патріотичної активності молоді у соціальних мережах було проведено опитування у 2018 і 2020 роках (у межах всеукраїнського

експерименту з упровадження медіаосвіти, затвердженої наказом МОН України № 1199 від 18.08.2017 р. під керівництвом Л.А. Найдюнової). Опитування проводилось дистанційно серед учнів 7-10 класів. Вибірки для порівняльного аналізу у 2018 і 2020 роках склали приблизно по 1500 осіб кожна.

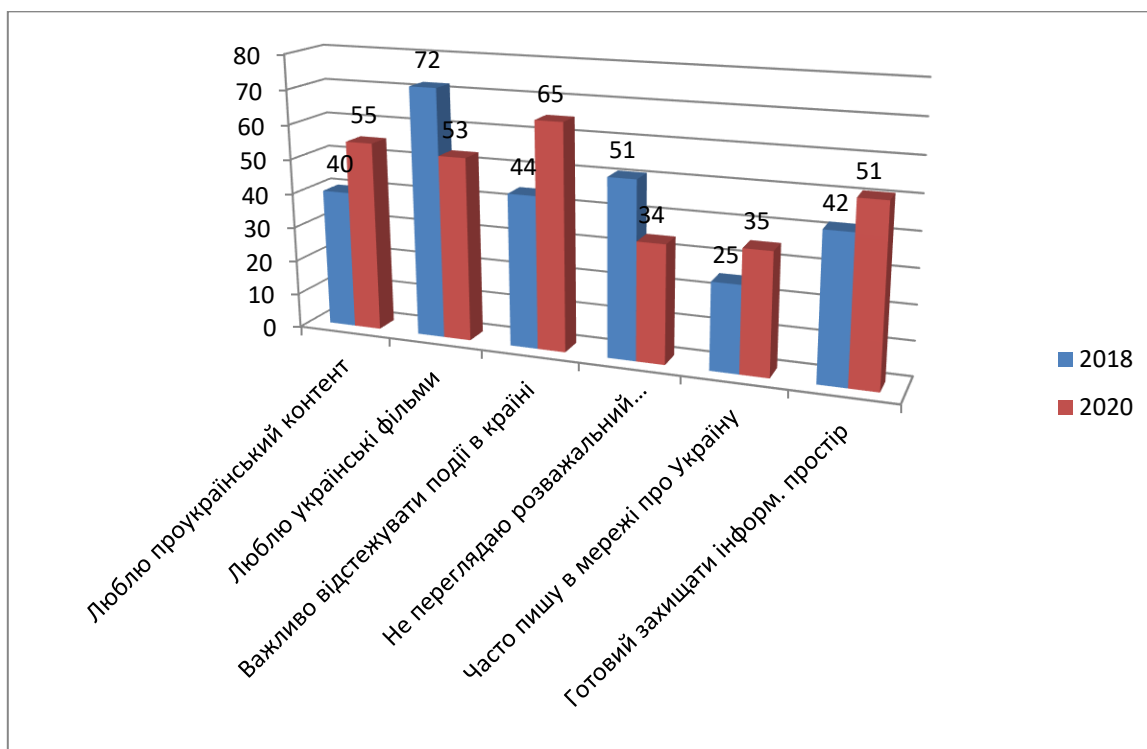


Рисунок 1. Патріотична активність молоді у соціальних мережах: 2018 і 2020 рр.

Як видно з гістограми, спостерігається як тенденція зростання, так і зниження показників деяких видів патріотичної активності опитаних. Отже, з одного боку, можна бачити зростання зацікавленості до проукраїнського медіаконтенту в опитаній молоді на 15 %, а з іншого – зменшення зацікавленості до фільмів українського виробництва майже на 20 %. Суттєво збільшилася – на 21 % тенденція важливості відстеження подій, які відбуваються в країні. Разом з тим, на 17 % зменшилася патріотична принциповість щодо перегляду розважального медіаконтенту, який походить з країни-агресора. На 10 % збільшилася патріотична активність молоді щодо висвітлення нею інформації, яка презентує важливі події в нашій країні,

визначні дати, українських героїв. Також, на 9 % збільшилася готовність молоді захищати український інформаційний простір від ворожої пропаганди, маніпуляцій.

Крім того, до опитування 2020 року було додано питання, що доповнили активну інформаційну поведінку патріотично налаштованої молоді.

Так, на запитання «Зазвичай я поширюю інформацію, яка позитивно висвітлює Україну, українців, українське» ствердно відповіли 51,7 % учнів.

На запитання «Я створюю і викладаю в мережу патріотичний, український медіаконтент» відповіло трохи більше чверті респондентів-«творців» – 27,1 %.

У даному контексті нас цікавить саме творчий аспект патріотичної активності молоді в інформаційному середовищі як творення нового контенту. Тому, розглянемо більш детально відкрите, уточнююче запитання, яке розкриває предметну суть медіаторчості респондентів: «Створюю патріотичний український медіаконтент у вигляді: світлин, колажів, відео, цифрових малюнків, анімації, віршів, есе». На це запитання, на жаль, відповіла незначна кількість респондентів. Отже, з них: створюють світлини патріотичного змісту 32 %; колажів – 20 %; відео – 38 %; цифрових малюнків – 19 %; анімацій – 16 %; віршів – 23 %; есе – 19 %.

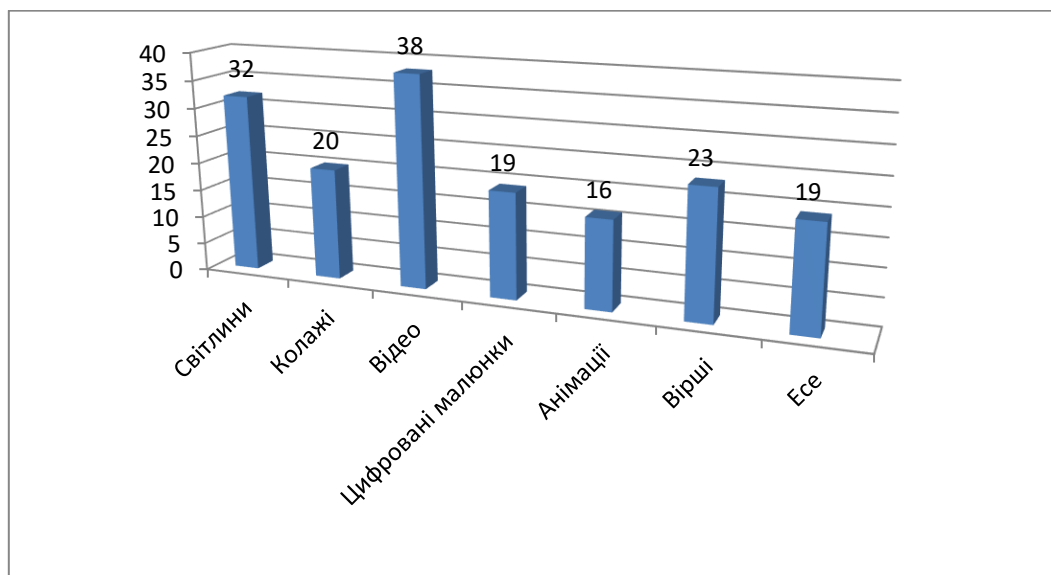


Рисунок 2. Види медіаторчості молоді. Опитування 2020.

Як можна бачити з діаграми, найбільш популярним серед опитаної молоді є створення відео (38 %) і світлин (32 %). По тому йде написання віршів (23 %) і створення колажів (20 %). Дещо менш поширеним є творення цифрованих малюнків (19 %) і написання есе (19 %). Створення анімації, як найбільш технічно складного медіапродукту, набрало найменший відсоток (16 %).

Серед хлопців і дівчат отримані результати щодо творення різноманітного медіаконтенту розподілилися наступним чином:

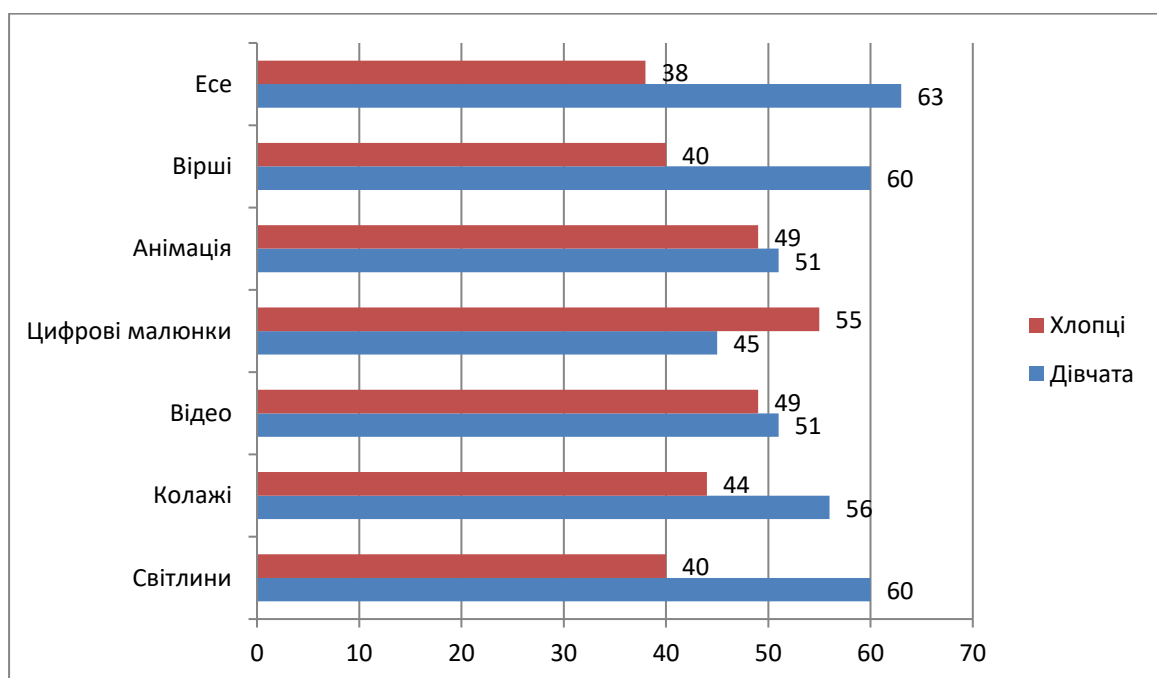


Рисунок 3. Види медіаторчої продукції: хлопці і дівчата

З діаграми видно, що по чотирьох позиціях дівчата значно випереджують хлопців: за написанням есе (дівчата – 63 %, хлопці – 38 %); за створенням світлин (дівчата – 60 %, хлопці – 40 %); за написанням віршів (дівчата – 60 %, хлопці – 40 %); за створенням колажів (дівчата – 56 %, хлопці – 44 %). Водночас, отримані результати зі створення відео і анімації серед хлопців і дівчат майже однакові: дівчата 51 % і хлопці 49 % (за обома позиціями). А от у створенні малюнків та їх цифрування дівчата поступаються хлопцям: 45 % проти 55 %.

Розподіл результатів серед учнів базової і старшої школи щодо створення патріотичного українського контенту виглядає наступним чином:

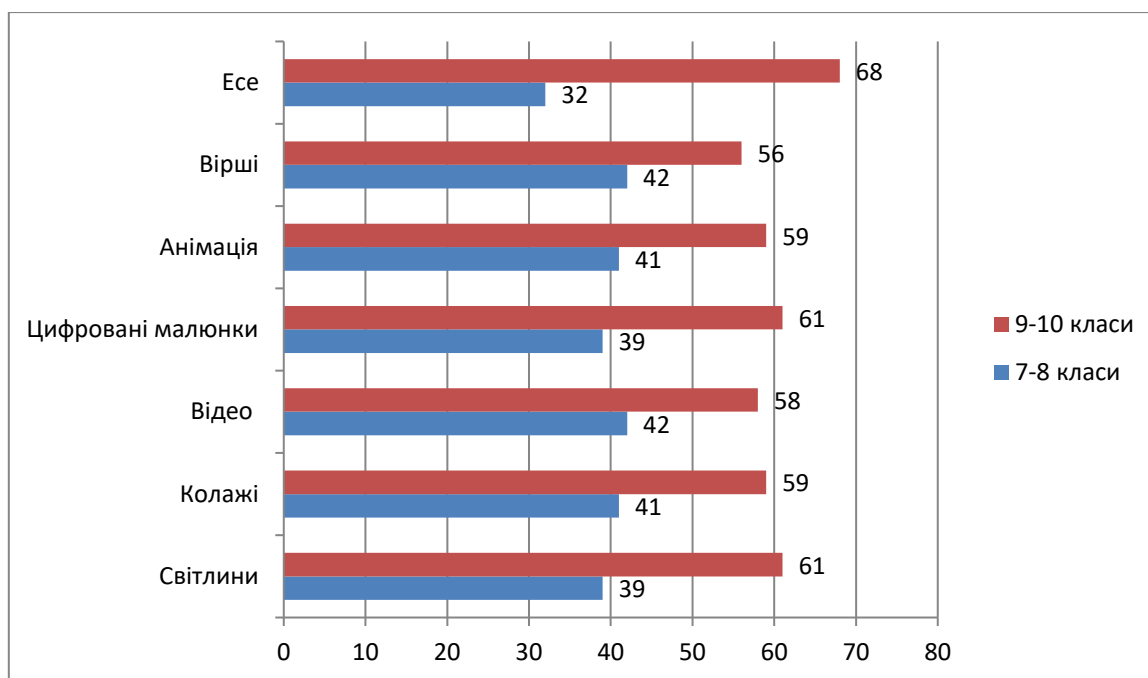


Рисунок 4. Види медіаторчої продукції опитаних: базова і старша школа

Візуалізація отриманих даних наочно демонструє перевагу медіаторчої діяльності учнів саме старшої школи. Так, саме вони набагато більше, у порівнянні з учнями базової школи: фотографують (старшокласники – 61 %, учні базової школи – 39 %); роблять колажів (старшокласники – 59 %, учні базової школи – 41 %); знімають відео (старшокласники – 58 %, учні базової школи – 42 %); цифрують власні малюнки (старшокласники – 61, учні базової школи – 39 %); створюють анімацію (старшокласники – 59 %, учні базової школи – 41 %); пишуть вірші (старшокласники – 56 %, учні базової школи – 42 %); висловлюють свої думки в есе (старшокласники – 68 %, учні базової школи – 32 %).

3. Медіаторчість як створення власного контенту українського змісту та його поширювання у соціальних мережах є однією з форм патріотичної активності молоді загалом і патріотичної поведінки в кіберсоціальній реальності зокрема.

Активність молоді зі творення патріотичного медіапродукту становить *стратегію* просування українських ідей і цінностей, яка іноді сприймається як «пропаганда». Певною мірою, це і є пропаганда у її первинному значенні: пряме, відкрите розповсюдження певної ідеї. (Наприклад, як заклик до: здорового способу життя чи допомоги тваринам або підтримки соціально знедолених/хворих людей чи збереження екології тощо).

*Тактиками* здійснення цієї стратегії є *форми* роботи і *види* медіатворчості.

Форми роботи зі творення патріотичного контенту можуть бути різними: колективними – різноманітні конкурси, виставки, проекти, святкові заходи, в яких задіяна, так би мовити «колективна творчість»; а також індивідуальними – як самостійне створення різних видів оригінальної медіапродукції у вигляді авторських світлин, відео, цифрованих рукотворних малюнків, саморобок, постів-есе, віршів, анімацій тощо.

Крім того, інтерактивний простір передбачає можливість створення постійно активних, патріотично тематичних груп, сторінок (наприклад, «Фоторетроальбом: Діти ХХ століття», «Генетичний код нації», «Історія України») або організацію різноманітних конкурсів («Барбі: пані України»), створення відео для уроків історії («Змієві Вали»), флешмобів, присвячених державним святкам та різним історичним подіям. (Дивись Додаткові ресурси).

Висновки.

В умовах інформаційно-психологічної війни набуває актуальності інформаційний патріотизм як поширення, захист і творення нового українського медіаконтенту в соціальних мережах інтернет.

Створення оригінального проукраїнського контенту як творення українського світу в інтерактивному інформаційному просторі – це передусім спротив шаленому інформаційно-психологічному тиску з боку країни-агресора. Водночас патріотична активність молоді в соціальних мережах сприяє формуванню і зміцненню її національної ідентичності, патріотизму.

Інтерактивне середовище для молоді загалом і кожної особистості зокрема, є саме тією можливістю реально проявити свій «дієвий» патріотизм.

Медіаторчість патріотичного змісту спрямована на творення сучасного українського світу – оновлення традиційних і творення нових українських символів, ідей та поширювання їх в інформаційному середовищі.

Медіаторчий продукт, створений молоддю, передбачає оригінальний, різноманітний за формою і видами, медіаконтент проукраїнського змісту.

#### Джерела:

1. Череповська Н.І. (2020). Медіаосвітні практики розвитку інформаційного патріотизму молоді. *Проблеми політичної психології*, 9 (23), 241-254.
2. Череповська Н.І. (2020 а). Пропаганда в інтернеті: як розпізнати пропаганду й уберегтися від її психологічного впливу? / Н. Череповська, Н. Дідик. *Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни : практичний посібник / уклад. Н. Череповська ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД.. – 82-88. Джерело доступу:*  
<http://mediaosvita.org.ua/book/mediapsyhologichni-resursy-podolannya-travmy-vijny/>

#### Додаткові ресурси:

##### **YouTube ресурс:**

Проекти:

Історія України: 10-ти хвилинні відео для використання на уроках історії. Тема: «Змієві Вали». Джерело доступу: [https://www.youtube.com/watch?v=mEE\\_HqsEPIU](https://www.youtube.com/watch?v=mEE_HqsEPIU)

«Історія України від Братів Капранових». Джерело доступу:

<https://www.facebook.com/watch/?v=808669262899838>

##### **Соціальна мережа Facebook:**

Групи:

«Фотолітопис України». Джерело доступу:

<https://www.facebook.com/groups/636056816977095>

«Ретрофотоальбом «Діти ХХ століття». Джерело доступу:

<https://www.facebook.com/groups/148794103859801>

«Історія України та Українського козацтва». Джерело доступу:

<https://www.facebook.com/groups/kozactvo>



«Генетичний код нації». Джерело доступу:

<https://www.facebook.com/groups/2124185381149648>

**Інші ресурси/сторінки:**

Проект «Barbie: Пані України». Джерело доступу: [https://www.antoshka-](https://www.antoshka-barbie.com.ua/?fbclid=IwAR1o5LbNsOB_M6UkW-bfngZfoCarGm5bw4eYolvXx33_n2ITTj65vUouxII)

[barbie.com.ua/?fbclid=IwAR1o5LbNsOB\\_M6UkW-bfngZfoCarGm5bw4eYolvXx33\\_n2ITTj65vUouxII](https://www.antoshka-barbie.com.ua/?fbclid=IwAR1o5LbNsOB_M6UkW-bfngZfoCarGm5bw4eYolvXx33_n2ITTj65vUouxII)

Грехов, О. Квантовий стрибок Шевченка. Метро.

Джерело доступу: <https://kyiv.web2ua.com/u-kijivskomu-metro-vidkrijut-vistavku-kvantovij-stribokshevchenka-3852/>

Дубів, Н. (2020). Як українські історичні постаті стали модниками.

Джерело доступу: [https://www.youtube.com/watch?v=8gJZ8Mcq5uo&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=8gJZ8Mcq5uo&feature=emb_title)