

РОЗВИТОК ПАТРІОТИЗМУ МОЛОДІ ПСИХОЛОГІЧНИМИ ЗАСОБАМИ МЕТОДИКИ «МЕДІАКЛУБ»

Патріотизм розглядається як психологічна характеристика особистості, яку варто досліджувати в процесі її постійного оновлення змісту, що відповідає конкретному історичному часу розвитку суспільства. Медіаграмотність і критичне мислення особистості, які є психологічним імунітетом особистості проти деструктивних інформаційних впливів та запорукою збереження її національної ідентичності в умовах інформаційної війни, визначаються як когнітивні інструментальні якості патріота.

Розвиток патріотизму молоді і нових патріотичних якостей особистості можливо здійснювати за допомогою медіапсихологічних ресурсів, зокрема методики «Медіаклуб». За рахунок поглиблення процесуальної частини зазначеної методики розширено її можливості. Так, до існуючих «традиційного» і «рольового» форматів проведення медіаклубу додано модифікований «інтерпретаційний» підхід візуальної соціології, суть якого полягає у різноманітних підходах інтерпретації сприйнятого. Крім того, було розроблено «ідентифікаційний» варіант проведення медіаклубу, учасники якого свідомо ототожнюють себе з героєм фільму, а потому рефлектують власні емоції, почуття, аналізують думки, викликані цим «перевітленням». Медіаклуб у форматі «стоп-кадр» як зупинення рухомого зображення передбачає можливість більш детального аналізу попереднього фрагменту або ключового кадру фільму. «Ілюстративний» формат медіаклубу передбачає використання «нарізків» з різних фільмів, але які ілюструють сюжети однієї теми. Цей формат є доцільним для засвоєння певної теми, проведення запланованої дискусії.

Ключові слова: патріотизм особистості, нові інструментальні якості патріота, медіапсихологічні засоби, методика медіаклуб, нові формати проведення медіаклубу.

Постановка проблеми. Актуальність розвитку патріотизму молоді, українізації регіонів країни обумовлена передусім не тільки консолідацією нації, реінтеграцією українського суспільства в цілому, але й потребою забезпечення патріотично-виховного процесу новими, ефективними засобами. Проблема патріотичного виховання, яке часто-густо здійснюється за старими методичними радянськими шаблонами, потребує свого розв'язання саме через нові / оновлені засоби впливу на особистість. Ми вважаємо, що ресурси психології загалом і медіапсихології зокрема здатні забезпечити патріотично спрямований виховний процес інноваційним методичним інструментарієм.

Аналіз публікацій та виокремлення невирішених частин загальної проблеми. Проблемою засобів виховання патріотизму української молоді як

любові до Батьківщини переймалося багато видатних осіб. Так, у першій половині ХХ ст. українські мислителі та ідеологи Д. Донцов (1936), З. Коссак (за Стасюк, 2008), С. Ленкавський (за Стасюк, 2009) основним методом патріотичного виховання молоді вважали *гартування тіла і духу*, тобто, розвитку саморегуляції особистості на фізичному і світоглядному рівнях. Педагог Г. Ващенко (1954) пропонував метод спрямованого *усвідомлювання* дитиною належності до своєї нації, її історії, культури відповідно до її віку: від природного «стихійного», закладеного з дитинства, до «свідомого» патріотизму. Б. Заклинський (2015) одним із методів формування патріотизму вважав *національне самовизначення* особистості: «Українець той, хто причисляє себе до українців», тобто це процес свідомої ідентифікації особистості з нацією, не зважаючи на її етнічне походження (Заклинський, 2015, с.7). Видатні педагоги К. Ушинський (1983) і В. Сухомлинський (1990) мали схожі погляди на виховання патріотизму учнів через *призвичаєння їм любові* до рідного краю, природи, народної творчості тощо.

У незалежній Україні питанням патріотизму практично до останнього часу не переймалися ні влада, ні освітяни, ні кіномитці: першим це було не вигідно і непотрібно, у других не було мотивації й стимулу, треті, за рідким виключенням, не мали ані коштів, ані бажання. Логічним наслідком цього ганебного явища можливою стала анексія Криму, війна на Донбасі. Наразі проблема патріотизму як соціокультурного феномену зрушила з місця і стала об'єктом уваги психолого-педагогічних наук. Питання виховання патріотизму, громадянських якостей молоді привернуло увагу таких українських спеціалістів, як І. Бех, П. Вербицька, Н. Волошина, П. Гнатенко, О. Жаровська, О. Киричук, В. Матящук, Н. Михальченко, В. Павленко, А. Погрібний, Ю. Руденко, Н. Снопко, С. Таглін, К. Чорна, О. Шестопалюк та багато інших. На державному рівні актуальність проблеми виховання патріотизму знайшла своє відображення у таких документах, як Указ Президента України Про Стратегію національно-патріотичного виховання дітей та молоді на 2016-2020 роки (2015), Концепція національно-

патріотичного виховання дітей та молоді (2015), Програма українського патріотичного виховання дітей та учнівської молоді (2011).

Мета статті:представити розширені можливості процесу розвитку патріотизму молоді за допомогою оновленої методики «Медіаклуб».

Виклад основного матеріалу дослідження. Феномен патріотизму за своєю соціокультурною, психологічною природою є динамічним процесом, який формується, розвивається, зміцнюється або гальмується, тобто, постійно трансформується, модифікується під впливом різноманітних зовнішніх чинників. На думку Д. Донцова (1936, с. 60), у вихованні патріотизму молоді завжди необхідно звертати увагу на те, *що* в дану історичну хвилину є важливим і затребуваним у суспільстві, *що* є важливим на часі в цілому. Ми розвинули цю ідею постійного оновлення змісту і набуття різних патріотичних якостей особистості,які відповідатимуть конкретному історичному періоду нашого українського суспільства.

В умовах розвитку інформаційних технологій, безпрецедентного розмаїття засобів масової інформації та поширення кіберпростору, а також в умовах тотальних інформаційних воєн, вважаємо, що:

1– новою когнітивно інструментальною якістю патріота інформаційної доби має стати особиста *медіаграмотність*, головним елементом якої є *самостійне мислення* (Череповська, 2017);

2 – на формування патріотичних переконань, цінностей і смислів молоді нині, як ніколи раніше, вагомий і стихійний вплив має телебачення, інтернет, інші візуальні, аудіовізуальні медіа засоби – кіберпростір у цілому.

Отже, медіаграмотність патріота як система знань, навичок, умінь, здатна забезпечити його вільне функціонування у новому суспільстві, оптимальну взаємодію з інформаційним простором. У свою чергу, розвинене самостійне, критичне мислення патріотичної молоді підсилює її імунітет проти деструктивних інформаційних впливів, є запорукою збереження національної ідентичності в умовах інформаційної війни.

Водночас зростає роль патріотичного медіаконтенту як способу соціалізації молоді в набутті нею опосередкованого цим контентом патріотичного досвіду. Саме перегляд гарного фільму, участь в його масовому обговоренні в чатах, коментарях, форумах, повторний перегляд стрічки або її улюблених фрагментів в онлайн-режимі може стати потужним впливом на формування патріотичної особистості.

Проте, щоб результатом перегляду стали не тільки емоції, враження, а й усвідомлення нових цінностей і смислів, молодь треба цілеспрямовано навчати психологічно грамотно *дивитися* медіаконтенті *бачити* його приховані смисли.

Наша ідея збагачення розвитку патріотизму полягає у застосуванні медіапсихологічних ресурсів: аудіовізуальних технологій, художнього патріотичного медіаконтенту, навчання таким основним вмінням і навичкам медіаграмотності, як *рефлексія емоцій і почуттів* щодо сприйнятого, його *критичне осмислення і переосмислення*, розвитку здатності до *самотійного оцінювання* медіаконтенту, а також умінь *віднаходити для себе новий смисловий досвід* з переглянутого медіаконтенту (Череповська, 2017).

Оптимізувати процес виховання патріотизму молоді, стимулювати розвиток його нової якості – медіаграмотності, можна за допомогою застосування методики «Медіаклуб». *Суть методики* полягає у такому. По-перше, *образно-смисловий формат* фільму вже сам по собі є неабияким агентом впливу на емоційно-почуттєву сферу особистості. По-друге, *аналіз* переглянутої стрічки формує навички й уміння медіаграмотності: здатність до аналітичної роботи, критичне осмислення сприйнятого, його творчого переосмислення тощо. По-третє, *спільне обговорення* стрічки патріотичного змісту формує не тільки уміння висловлювати свою думку, коректно поводитися під час дискусії, а й свідомий, «розумний» патріотизм, який є передумовою готовності до конструктивних патріотичних дій і вчинків.

Розширення можливостей методики медіаклубу. Зазначена методика «базується на проблемних, евристичних, дискусійних формах навчання, які

стимулюють розвиток критичного мислення й творчі здібності аудиторії щодо сприймання, інтерпретації та аналізу медіатекстів. В основу занять покладено принцип інтерактивності – власної активної участі і групової взаємодії, активного обговорення у формі діалогу з дотриманням стилю співробітництва в спілкуванні. Групове обговорення будується на закономірностях динаміки групи із врахуванням специфіки прийняття групового рішення та створення спільного творчого продукту» (Голубева та ін., 2014, с. 5].

Медіаклуб, який іноді може розглядатися як кінотренінг – це методика, яка для реалізації різних цілей (формування візуальної медіакультури особистості, розвиток медіаграмотності школярів, стимуляція посттравматичного зростання ветеранів війни, формування професійних, менеджерських навичок та інше) широко застосовує кіно, відео та інший візуальний матеріал з медіа, а також використовує медіапсихологічні засоби оптимізації взаємодії людини із сучасною візуальною медіакультурою (Трусь, 2011; Череповська, 2017).

Структура методики проведення медіаклубу передбачає *процесуальну і результативну* частини. Процесуальна частина охоплює 1) підготовчий етап (вступне слово, план роботи) і 2) етап реалізації (перегляд відеоматеріалу, рефлексія емоцій і почуттів щодо сприйнятого, його аналіз, оцінювання і обговорення/дискусія). Результативна частина становить 3) етап завершення (підведення підсумків як переосмислення сприйнятого, фіксація нового – отриманого в ході перегляду, аналізу і обговорення).

1. Це, так званий, **«традиційний»** формат проведення медіаклубу. Його трискладова структура – вступ, основна частина, завершення – зберігається в інших інноваційних форматах проведення методики (Голубева, 2014; Трусь, 2011; Череповська, 2017).

2. **Рольовий** формат медіаклубу передбачає аналізування переглянутого учасниками медіаконтенту з позицій певних ролей. Ролі

призначаються/обираються на підготовчому етапі перед переглядом і презентують такі підходи спрямованого сприймання й обговорення фільму:

«*глядацький*» – у процесі перегляду забезпечує цілісне безпосереднє сприйняття медіапродукту, зосередженість на власних переживаннях та емоціях, які стимулюють зацікавленість у його перегляді; акцент робиться на з'ясування того, «які думки та почуття виникли?»;

«*авторський*» – реалізує такий тип сприймання медіатексту, який визначає позиції його творця(-ів) і має виявити головну думку, мету твору та яким чином вони реалізовувалися; «авторське» сприймання передбачає розкриття таких питань як: «що хотів сказати автор?», «в який спосіб автор доніс свою думку до аудиторії?», «які художні, технічні засоби він застосовував?»; тобто, акцент робиться на тому, «як зроблено?»;

«*експертний*» – реалізує інший тип сприймання медіатексту, який здійснюється з позиції експерта-спостерігача або групи спостерігачів; це настановлення глядача на свідомо контрольований, неупереджений, безоцінковий перегляд, що гарантує об'єктивний підхід до аналізу запропонованого медіатексту (у роботі цієї команди глядачів бере участь модератор); акцент робиться на аналізі та критичному, аргументованому оцінюванні медіаконтенту.

У ході спільного обговорення переглянутого фільму спочатку висловлюються «*глядачі*», потому – «*автори*» і насамкінець «*експерти*».

«Глядацька» експертиза медіатексту, яка виносяться на розсуд аудиторії, здійснюється у вільному форматі: емоційному, аналітичному, змішаному, необов'язково послідовно. Потому «автори» розкривають способи реалізації задуму фільму: коментують внесок режисера, сценариста, оператора, звукорежисера, акторів. «Експертні» оцінки вислуховуються наостанок. Експерти аналізують і узагальнюють усе вищесказане, уточнюють, коментують, відповідають на запитання аудиторії.

3. Інтерпретаційний формат запозичено з аналізу світлин у рамках візуальної соціології (Штомпка, 2007) та модифіковано до потреб перегляду

фільмів. Суть формату полягає у застосуванні різних інтерпретаційних підходів сприйнятого з метою уможливити всебічний аналіз візуального медіатексту загалом і художнього патріотичного медіаконтенту зокрема. Розподіл інтерпретаційних підходів щодо перегляду і аналізу фільму між учасниками здійснюється також на підготовчому етапі.

Інтерпретаційними підходами є «гуманістичний», «соціальний», «психологічний», «історичний», «культурологічний», «естетичний», «патріотичний» та інші актуальні підходи. Розгляньмо найбільш поширені.

Гуманістичний підхід дає змогу інтерпретувати медіатекст з позиції його автора(-ів): «Чому режисер зняв саме цей фільм?», «Чому оператор такий-то епізод зняв у такий спосіб?», «Що він побачив у цьому цікавого, вартого уваги?», «Що хотів сказати своїм фільмом режисер?» тощо. Гуманістичний підхід певним чином перегукується з «авторською» роллю попереднього формату медіаклубу, але смисловий акцент підходу на відміну від попереднього формату «як це зроблено?» робиться саме на тому, «що хотіла сказати одна група людей (авторів) іншій (глядачам)?».

Підхід *соціальної взаємодії* передбачає наявність відображення у фільмі проблем соціуму; підхід інтерпретує відображену у фільмі подію як візуалізований аспект реального суспільного життя; аналізує і розкриває різні типи соціальної взаємодії в заданому медіаконтенті: «спілкування індивідуалізоване», «поруч, але не разом», «велика група, але єдина та спільна», «дружні групи», «ворожі групи», «протистояння/конфлікт» тощо.

Психологічний підхід дає можливість акцентувати увагу на переживаннях героїв, їхніх мотивах, діях, вчинках, подвигах; реконструювати психологічний стан героя або, наприклад, провести паралель між психологічними переживаннями героїв минулих історичних подій із світосприйняттям, переживаннями сучасників у схожих ситуаціях.

Культурологічний підхід допомагає сфокусувати увагу на культурному аспекті медіатексту. Так, культурне тло, архітектура, символіка, одяг, що потрапляють у кадр, можуть розкрити, уточнити, інформаційно збагатити

культурний контекст події; культурологічний підхід інтерпретує співвіднесення дії фільму з відображеними в ньому навколишніми предметно-культурними, технічними, політичними, економічними реаліями.

Історичний інтерпретаційний підхід полягає в тому, що будь-які медіатексти, і художні стрічки у тому числі, аналізуються з урахуванням відображених історичних, біографічних подій; висувається гіпотеза значущості впливу минулих подій на перебіг подій сучасності, сучасних подій на майбутні; з'ясовується питання передачі історичної достовірності сюжету, можливих неточностей, причина цих відхилень (задум автора чи його некомпетентність).

Естетичний підхід розглядає візуальний медіатекст крізь призму його художності, образної цінності; допомагає розрізнити медіапродукцію за категоріями: «фільм-товар» як зразок масової культури (таких фільмів більшість); «фільм-пропаганда», що також має «право на життя», особливо в історичних, воєнно-патріотичних контентах; «фільм-твір» – мистецький твір високого художнього гатунку тощо.

У контексті проблематики патріотичного виховання молоді за допомогою медіаресурсів маємо зазначити, що дидактичний матеріал у медіаформаті художніх фільмів, як правило, має пропагандистський характер. Проте, для перегляду важливо добирати такі стрічки, в яких пропаганда є збалансованою – не переважає над змістовим, образним наповненням. Так, переважна більшість передвоєнних, воєнних і повоєнних стрічок радянського кінематографу 30-40-х рр. минулого століття «хворіла» на пафос і домінування ідеологічної пропаганди. Значно меншою мірою пропаганда є присутньою у перших стрічках незалежної України 90-х років (фільми режисера Олесь Янчука, зокрема «Нескорений» (2000, Україна-Канада), «Залізна сотня» (2004, Україна) та ін.). Прикладом пропорційної, виваженої пропаганди є х/ф «Далекий постріл» (режисер В. Шалига, 2005, Україна), х/ф «Кіборги» (режисер А. Сеїтаблаєв, 2017, Україна), х/ф «Американський снайпер» (режисер К. Іствуд, 2014, США).

Патріотичний інтерпретаційний підхід концентрує увагу на поведінці, висловлюваннях, вчинках кіногероїв з позиції їхньої любові до Батьківщини; передбачає виявлення репрезентованих у фільмі складових патріотизму особистості (емоційної, розумної/свідомої, дієвої).

Медіапсихологічний підхід дає можливість визначити різноманітні технології впливу на емоції, свідомість перцепієнтів; дозволяє уточнити найбільш «ефективні» (візуальні, звукові, музичні) моменти та прийоми, за допомогою яких здійснюються психологічні ефекти впливу на глядача.

Інтерпретаційні підходи в реалізації методики медіаклубу допомагають аналізувати медіапродукт з різних боків, що дає можливість зрозуміти його більш багатогранно: глибше розкрити суть змісту, усвідомити очевидні і приховані смисли, побачити буденне в незвичному ракурсі.

4. **Ідентифікаційний** формат медіаклубу передбачає специфічний підхід свідомого «ототожнення» глядача з кіногероєм (не обов'язково головним) і «проживання» ним сюжетної лінії фільму у процесі перегляду. Цей формат ніби схожий з психологічним інтерпретаційним підходом, описаним вище, проте має суттєву відмінність. Якщо психологічний підхід в аналізі фільму здійснюється з позиції зовнішнього спостерігача, то ідентифікаційний передбачає можливість подумки поставити себе на місце кіногероя, «прожити» його життя і зіставити репрезентовану психологічну модель персонажу з проявами власних аналогічних переживань у заданому сюжеті. Суть підходу полягає в тому, щоб відчувати «із середини» емоції, мотиви поведінки іншого (кіногероя) і можливо подумки щось «змінити» (на кшталт «на його місці я б...»), дещо «запозичити» для себе на майбутнє або категорично «не погодитися» із вчинком героя («ніколи в житті так не чинитиму»). Також важливо поділитися/обмінятися своїми враженнями і відчуттям від «зроблених вчинків» з іншими учасниками групи. Пропозиція модератора щодо ідентифікації учасників медіаклубу з кіногероями фільму також здійснюється на підготовчому етапі: кожен може обрати будь-якого персонажа або декількох. Під час обговорення цікавим і корисним буде саме

обмін враженнями щодо «проживання життя кіногероя» різними глядачами. Такий формат медіаклубу варто проводити з учасниками не на перших заняттях, а коли вони вже мають досвід участі в медіаклубі / знайомі між собою).

Модератору важливо давати учасникам настановлення на майбутнє щодо формування в них ментальної звички: *наслідування* позитивних рис характеру персонажа, який сподобався, його поведінки, вчинків. Крім того, надалі в певних ситуаціях *модельовати власну поведінку*, відповідну улюбленому герою.

Як зазначалося вище, трискладова структура проведення медіаклубу (етапи підготовки, реалізації та завершення) є незмінною для усіх його форматів. Проте у наступних двох форматах – «Стоп-кадр» та «Ілюстрація» – процесуальна частина на етапі реалізації (перегляд і обговорення) має відмінності технічного плану.

5. «**Стоп-кадр**» – формат медіаклубу, в якому прийом «стоп-кадр» застосовується у двох різних варіантах:

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

2 варіант: з-за різних причин *фільм переглядається заздалегідь* (в кінотеатрі або в домашніх умовах – наодинці чи з друзями). Робота медіаклубу розпочинається відразу після вступного слова модератора. Обговорення ключових моментів фільму починається з перегляду відповідного фрагменту. По тому модератор фіксує найбільш виразний кадр з цього фрагменту, як візуальний орієнтир для аналізування. (Для цього треба

досконало знати медіатекст, щоб швидко знайти потрібне місце у стрічці і зробити «стоп-кадр»). По суті переглянутий і зупинений фрагмент виконує роль ілюстрації – візуалізацію обговорюваного. Таку версію «стоп-кадру» можна застосовувати як прийом аргументації в інших форматах медіаклубу.

Домашній/попередній перегляд може бути запланованим не лише з-за причини довгої тривалості художньої стрічки, на спільний перегляд якої бракує часу, а й тоді, коли є потреба саме у розширеному її обговоренні – підготовленій дискусії.

б. **«Ілюстрація»** – цей формат проведення медіаклубу на етапі реалізації найбільше відрізняється від усіх попередніх. Він набуває доцільності тоді, коли необхідно розкрити/засвоїти якусь нову або дослідити конкретну тему. Наприклад, якщо тема заняття або дискусії передбачає з'ясування таких актуальних і соціально гострих питань сьогодення, як-то: «За що боролась Українська повстанська армія?» чи «Роль національного прапора для вояків різних армій» або інше. Тому на підготовчому етапі акцент робиться саме на актуальності теми, яка буде обговорюватися. Особливість формату «ілюстрація» полягає в тому, що він не має на меті перегляду однієї стрічки або її фрагментів. Навпаки, модератор згідно плану роботи, на кожне окреме питання теми почергово демонструє заздалегідь заготовлені «нарізки» (з декількох різних фільмів). Після демонстрації кожної «нарізки» відбувається коротке обговорення, розстановка смислових, емоційних акцентів. По тому – дискусія і узагальнення результатів.

Прийом «нарізки», як ілюстративний матеріал, також можна застосовувати в інших форматах медіаклубу для повторного перегляду епізодів, які вважаються доказами або є підставою для додаткового аналізу, або заохочують до дискусії тощо.

Результати впровадження методики «Медіаклуб: розвиток патріотизму молоді». Впровадження методики «Медіаклуб: розвиток патріотизму молоді» відбувалося в рамках проведення практично орієнтованого навчально-методичного семінару для шкільних психологів м.

Слов'янська та Слов'янського району Донецької області (19-21 грудня 2017 р.). Впровадження передбачало: *вступне слово* про актуальність патріотичного виховання молоді (бесіда з учасниками і міні-лекція за темою видів патріотизму); ознайомлення з *методикою проведення* медіаклубу; *безпосереднє проведення медіаклубу* за участю шкільних психологів; перегляд художньої стрічки патріотичного контенту «Далекий постріл» режисера В. Шалиги (2005, Україна), аналіз і обговорення за традиційним форматом медіаклубу. Також учасники ознайомилися з іншими форматами проведення медіаклубу: «рольовий», «інтерпретаційний» підходи, «стоп-кадр» (перший варіант). Крім того, проводилося спостереження за висловлюваннями, поведінковою реакцією учасників медіаклубу, а наприкінці – коротке опитування, розроблене на підставі методики оцінювання тренінгів (Кирпатрик, 2008).

Результати опитування учасників тренінгу (у кількості 20 осіб) показали, що: *емоційне задоволення* від проведення методики медіаклубу отримало понад 90% присутніх; *корисною* для себе визначили участь у тренінгу біля 90% учасників; *готовність впроваджувати* методику у свою практику виявило бажання майже 60% практичних психологів. Спираючись на отримані дані, можна зробити попередній висновок про те, що представлена методика «Медіаклуб», як один із засобів розвитку патріотизму молоді, може розширити інструментальні можливості психологів та медіапедагогів.

Висновки.

1. Розвиток патріотизму молоді, формування її переконань нині підпадають під стихійний вплив інформаційної (медіа- і кібер-) соціалізації. Тому важливою якістю патріота цифрової доби є розвинена інформаційна медіаграмотність особистості й самостійне, критичне мислення передусім.

2. Патріотизм молоді і медіаграмотність можна розвивати за допомогою методики медіаклубу, суть якої полягає: в актуалізації впливу медіаконтенту на емоційну сферу людини; у систематичній аналітичній

роботі щодо сприйнятого; у спільному обговоренні фільму, яке стимулює усвідомлення учасниками групової роботи патріотичних цінностей і смислів.

3. Модифікована, оновлена методика збагачує і поглиблює програму розвитку патріотизму, сприяючи розширенню психологічних, інструментальних можливостей для всебічного аналізу патріотичного медіаконтенту, що й робить її ефективною для досягнення поставленої мети і привабливою для педагогів в роботі з молоддю.

Література:

- Ващенко Г.* Виховання любові до Батьківщини (націоналізм і інтернаціоналізм). – Лондон: Видання КК СУМ у В. Британії, 1954.– 40 с.
- Голубєва О. Є.* «Медіаклуб». Позашкільні медіаосвітні заняття // Соціальний педагог. – № 12 (96) / Голубєва О. Є., Мироненко Г. В., Стерденко С. М. – К., 2014. – С. 44-49.
- Донцов Д.* Патріотизм. – Львів, 1936. – С. 48 – 63.
- Заклинський Б.* Що треба знати кожному українцеві? – К.: Богуслав-книга, 2015. – 48 с.
- Кирпатрик Д. Л., Кирпатрик Дж. Д.* Четыре ступеньки к успешному тренингу. – М.: Эйч Ар Медиа, 2008. – 240 с.
- Сухомлинский В. А.* Как воспитать настоящего человека. М., Педагогика, 1990, 286 с.
- Стасюк О. Й.* Коссак Зенон [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України: Т. 5: Кон - Кю / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. - К.: В-во "Наукова думка", 2008. - 568 с.: іл.. – Режим доступу: http://www.history.org.ua/?termin=Kossak_Z
- Стасюк О.Й.* Ленкавський Степан [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України: Т. 6: Ла-Мі / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. - К.: В-во "Наукова думка", 2009. - 790 с.: іл.. – Режим доступу: http://www.history.org.ua/?termin=Lenkavsky_S
- Трусь А.А.* Кинотренинг: технология и методика видеообсуждения. – СПб.: Речь. 2011. – 191 с.
- Ушинський К.Д.* Вибрані педагогічні твори : У 2 т. К., 1983.
- Череповська Н.І.* Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді : навчально-методичний посібник / Н.І. Череповська // Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2017. – 156с.
- Штомпка П.* Визуальная социология / П. Штомпка. – М. : Логос, 2007. – 168 с.

References:

1. Vashchenko G. Vyhovannja ljubovi do Bat'kivshhyny (nacionalizm i internacionalizm). – London: Vydannja KK SUM u V. Brytanii, 1954.– 40 s.

2. Doncov D. Patriotyzm. – L'viv, 1936. – S. 48 – 63.
3. Zaklyns'kyj B. Shho treba znaty kozhnomu ukrai'ncevi? – K.: Boguslav-knyga, 2015. – 48 s.
4. Kyrpatryk D. L., Kyrpatryk Dzh. D. Chetyre stupen'ky k uspeshnomu trenyngu. – M.: ЭjchArMedya, 2008. – 240 s.
5. «Mediaclub». Pozashkil'ni mediaosvitni zanjattja // Social'nyj pedagog. – № 12 (96) / Golubjeva O. Je., Myronenko G. V., Sterdenko S. M. – Kyiv, 2014. – S. 44-49.
6. Trus' A.A. Kynotrenyng: tehnologyja y metodyka video obsuzhdenyja. – SPb.: Rech'. 2011. – 191 s.
7. Cherepovs'ka N.I. Mediaosvitni resursy rozvytku patriotyzmu i krytychnogo myslennja molodi : navchal'no-metodychnyj posibnyk / N.I. Cherepovs'ka // Nacional'na akademija pedagogichnyh nauk Ukrainy, Instytutsocial'noi' ta politychnoi' psihologii'. – Kropyvnyts'kyj : Imeks-LTD, 2017. – 156 s.
8. Shtompka P. Vyzual'naja socyologyja / P. Shtompka. – M. : Logos, 2007. – 168 s.

Череповская Н.И., г. Киев

**Развитие патриотизма молодёжи
психологическими средствами методики «Медиаclub»**

Патриотизм рассматривается как психологическая характеристика личности, которую стоит исследовать в процессе ее постоянного обновления содержания, что соответствует конкретному историческому времени развития общества. Медиаграмотность и критическое мышление личности, которые являются психологическим иммунитетом против деструктивных информационных воздействий и залогом сохранения национальной идентичности в условиях информационной войны, определяются как когнитивные инструментальные качества патриота информационной эпохи.

Развитие патриотизма молодежи и новых патриотических качеств личности возможно осуществлять с помощью медиапсихологических ресурсов, в частности методики «Медиаclub». За счет углубления процессуальной части указанной методики расширены её возможности. Так, к существующим «традиционному» и «ролевому» форматам проведения медиаclubа добавлено модифицированный «интерпретационный» подход визуальной социологии, суть которого заключается в разнообразных способах интерпретации воспринятого. Кроме того, был разработан «идентификационный» вариант проведения медиаclubа, участники которого сознательно отождествляют себя с героем фильма, а потом рефлектируют собственные эмоции, чувства, анализируют мнения, вызванные этим «перевоплощением». Медиаclub в формате «стоп-кадр», как остановка движущегося изображения, предусматривает возможность более детального анализа предыдущего фрагмента или ключевого кадра фильма. «Иллюстративный» формат медиаclubа предусматривает использование «нарезок» из разных фильмов, но которые отражают сюжеты одной темы. Этот формат является целесообразным для усвоения определенной темы, проведения запланированной дискуссии.

Ключевые слова: патриотизм личности, новые инструментальные качества патриота, медиапсихологические средства, методика «Медиаclub», новые форматы проведения медиаclubа.

Cherepovska N.I., Kyiv

**Development of patriotism of youth
by psychological means of the method "Media club"**

The article deals with patriotism as a psychological characteristic of a person, which should be investigated in the course of its constant updating of content, that corresponds to a concrete historical time of development of

society. The author determines the new cognitive instrumental quality of the patriot of the information age. It is media literacy and critical thinking of the individual, which is immunity against destructive information influences and a guarantee of preservation of national identity in conditions of information warfare.

The author considers the development of patriotism of youth and new patriotic qualities of the person with the help of media psychological resources and methodology "Media club" among them. The author's amendment is to expand the capabilities of this methodology by deepening its procedural part. Thus, to the existing "traditional" and "role" formats of the holding of the media club, the author was added a modified "interpretative" approach of visual sociology, the essence of which lies in the various approaches of interpretation perceived. In addition, an "identifying" version of the media club was developed, whose participants deliberately identify themselves with the film's hero, and therefore reflect their own emotions, feelings, and analyze the thoughts caused by this "reincarnation." Media club in the format of "stop frame", as a stopover of a moving image, allows for a more detailed analysis of the previous fragment or key film frame. The "illustrative" format of the media club involves the use of "cuttings" from different films, but which illustrate the subjects of one topic. This format is suitable for assimilating a certain topic, holding a scheduled discussion.

Key words: patriotism of a person, new patriotic instrumental qualities, media psychological means, methodology of media clubs, new formats of holding a media club.