

**Череповська Н.І.**, кандидат психологічних наук,  
с.н.с. лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти  
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ

## **ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ: МЕДІАТВОРЧІСТЬ**

**Постановка проблеми.** У добу цифрового суспільства, розвитку технологій і візуальної медіакультури зокрема, зростає роль інформаційного патріотизму суспільства. Найбільшої актуальності інформаційний патріотизм набуває в умовах ідеологічної, інформаційної війни, що ведеться проти України, метою якої є вплив на суспільну свідомість та руйнування ідентичності українців.

**Виклад основного матеріалу.** Ми припускаємо наступне: якщо інформаційна агресія, ворожа пропаганда, спрямована проти нашої країни, може призвести до медіатравми людини, то її профілактикою, подоланням може стати інформаційний патріотизм особистості та медіаторчість патріотичного змісту зокрема.

*Інформаційний патріотизм* є новою формою патріотизму інформаційної доби і 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.

Як зазначалося, одним з вагомих засобів протистояння шаленому тиску ворожої пропаганди є *медіаторчість* – продуктивна діяльність зі створення інформації нового патріотичного медіаконтенту, а також критичного, творчого сприймання будь-якої інформації у медіапросторі. 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 структурних 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: 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.

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.

Тому на підставі емпіричного дослідження ми висунули наступні 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 оптимізації патріотичної активності молоді у медіапросторі і мережевому зокрема.

Також ми 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 полягаємо саме на більш креативному підході процесу медіаторення? По-перше, свідомо докладаючи зусиль до створення власного патріотичного медіаконтенту (фото, відео, цифровий малюнок, 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 українських ідей, образів, ідеології. По-третє, на думку спеціалістів у галузі міфодизайну, загальнокультурний український контент загалом потребує оновлення традиційних і створення нових українських Міфів, Героїв (В. Зеленін, 2019). Тобто, йдеться про збагачення, трансформацію українських Символів: пристосування старих Образів до нових історичних умов, а також створення нового українського символічного простору.

Так, наприклад, варіантом оновлення традиційного образу невмирущого Козака Мамаєва 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. Цей новий образ частково витісняє традиційний український тотем Коня – символ волі, війни, землеробства, бо нині кінь не є таким актуальним, як у давнину.

Звичайно, що у такій важливій і відповідальній справі, як створення системи нових образів-символів сучасної української ідеології, не завадять практичні уміння редагування фотографій за допомогою різних спеціальних програм, володіння технічними уміннями комп'ютерної графіки. Проте є й

більш «простіший» спосіб візуалізації нової ідеї, нового образу – це створення власноруч рисунку, малюнку, витинанки, які треба лише цифрувати, щоб надати їм 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 створення нових ідей щодо нового патріотичного образу і володіння технічними навичками для його втілення в інформаційний віртуальний простір.

5. Виникає необхідність розробки системи інноваційних засобів з розвитку, посилення інформаційного патріотизму молоді і медіаторчості зокрема.