

Пономаренко Т. І., аспірантка кафедри політичної психології та соціально-правових технологій НПУ ім. М.П. Драгоманова, м.Київ

Науковий керівник:

Зеленін В. В., 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

Постановка проблеми. 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.

Виклад основного матеріалу. 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, сторісс, 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 в маси.

Питаннями психологічної безпеки суспільства, в останні роки, займалися зарубіжні (С. Вудінг , Р. Гіст , Р. Дуглас, Б. Кіркман, Дж. Кордері, Дж. Матьє, 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:

1) 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 ефі, 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 порепощувати фото обгорілих тварин – перерахувати посильні кошти на рахунок організацій, які допомагають у боротьбі з наслідками після таких надзвичайних ситуацій (Australian Red Cross))(Wooding & Raphael, 2004).

2) В період екстрених ситуацій (наприклад, ситуація з дівчинкою, яка загубилася на Одещині в 2018 році або пожежа в торгівельно-розважальному центрі «Зимняя вишня» в місті Кемерово весною 2018 року).

Психологи публікують контент, який пов'язаний з психопрофілактикою та зниженням панічних настроїв у людей, який направлений на зміцнення психічного здоров'я. В таких публікаціях психолог роз'яснює батькам, яким чином вони мають спілкуватися зі своїми дітьми на теми, які пов'язані із їх особистими границями (наприклад, перед походом 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).

3) В період виникнення «груп смерті» (безпека в соціальних мережах) (наприклад, групи «Синій кит» і «Червона сова»).

Безпека в соціальних мережах зараз дуже актуальна, 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.

4) 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.

5) В період війни в країні (воєнні дії на Сході України).

Політичні присолоди 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.

6) 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.

Список використаних джерел:

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.

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.