

Череповська Наталія Іванівна,
канд. психол. н., с.н.с.
лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти
Інституту соціальної та політичної психології
НАПН України, м. Київ

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ: МЕДІАТВОРЧІСТЬ

Анотація: у роботі розглядається інформаційний патріотизм молоді як її ресурс в умовах інформаційної агресії. Одним з важливих засобів дієвого інформаційного патріотизму є медіаторчість як створення патріотичного проукраїнського медіаконтенту в інформаційному просторі. Створення патріотичного медіаконтенту передбачає три варіанти: поширення інформації патріотичного змісту, яка вже існує; поєднання візуальних, текстових елементів, які вже існують з додаванням власних коментарів, постів; створення оригінального власного патріотичного медіаконтенту.

Ключові слова: інформаційний патріотизм молоді, медіаторчість як засіб дієвого інформаційного патріотизму, створення нового патріотичного медіаконтенту.

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.

Ми припускаємо наступне: якщо інформаційна агресія, ворожа пропаганда, спрямована проти нашої країни, може призвести до медіатравмування людини, то його профілактикою, подоланням наслідків технологій психологічного впливу може стати інформаційний патріотизм особистості та медіаторчість патріотичного змісту зокрема.

Інформаційний патріотизм є новою формою патріотизму інформаційної доби: він 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.

Одним з вагомих засобів інформаційного патріотизму у протистоянні шаленому тиску ворожої пропаганди є *медіаторчість* – продуктивна діяльність зі створення медіаконтенту патріотичного змісту, а також критичного, творчого сприймання будь-якої інформації у медіа, інформаційному просторі. 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 структурно-функціональних 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 наступне: 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.

Отримані 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 і потребує невідкладного розв'язку.

Для початку, на підставі емпіричного дослідження, ми висунули 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 мотивації патріотичної активності молоді у медіапросторі і мережевому зокрема.

Також, ми додатково 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 наголошуємо саме на більш креативному підході процесу медіаторчості? По-перше, свідомо докладаючи зусиль до створення власного патріотичного медіаконтенту (фото, відео, цифрований малюнок, варіанти 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 нових українських ідей, образів, ідеології. По-третє, на думку спеціалістів у галузі міфодизайну, загальнокультурний український контент потребує оновлення традиційних і створення нових українських Міфів, Героїв (В. Зеленін, 2019). Тобто, йдеться про трансформацію, пристосування українських Символів до нових історичних умов, що склалися в Україні, а також створення нового українського символічного простору.

Так, наприклад, варіантом оновлення традиційного образу невмирущого Козака Мамає 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. До речі, цей новий образ Котика як «побратима» частково витісняє традиційний український тотем Коня – символу волі, війни, землеробства. Мабуть це відбувається тому, що наразі кінь вже не є таким актуальним для людини, воїна, як у давнину.

Звичайно, що у такій важливій і відповідальній справі, як творення системи нових образів і смислів сучасної української ідеології в інформаційному просторі, не завадять практичні технічні уміння – редагування фотографій, володіння спеціальними програмами комп'ютерної графіки зі створення «картинки», анімації тощо. Разом з тим, є й «простіший» спосіб візуалізації нової ідеї, нового образу – це створення власноруч рисунку, малюнку, витинанки, які треба лише цифрувати, щоб надати новим Героям 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 *творення нових ідей* щодо нового патріотичного образу і володіння технічними навичками для його *втілення* в інформаційний віртуальний простір.

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

INFORMATIONAL PATRIOTISM OF YOUTH: MEDIA CREATIVITY

N. Cherepovska

Abstract: The paper considers the informational patriotism of youth as resource in the conditions of informational aggression. One of the important ways of effective informational patriotism is media creativity as the creation of patriotic pro-Ukrainian media content in the information space. Creating patriotic media content involves three options: disseminating patriotic information that already exists; a combination of visual, textual elements that already exist with the addition of their own comments, posts; creation of original own patriotic media content.

Key words: information patriotism of youth, media creativity as a means of effective information patriotism, creation of new patriotic media content.