

## **МЕДІАКУЛЬТУРА СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА МОЛОДЬ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ**

**Сікорська В. Ю., Кожанов А. В., Шипотілова О. П.**

### **ВСТУП**

У сучасному суспільстві, розвиток якого нерозривно пов'язаний із інформаційно-комунікаційними технологіями, масштаби яких зростають у геометричній прогресії, кожен новий тип медіа інтегрується в нові умови світової системи. Цей процес, у свою чергу, змінює усталені форми соціальної взаємодії, руйнує звички людства та пов'язаний із феноменом медіакультури як чинника інформаційної цивілізації.

Вплив нових медіа на соціалізацію сучасної людини неоднозначний, оскільки має як позитивні, так і негативні наслідки. Це особливо важливо в умовах гібридної війни російського агресора проти України.

Нестабільна суспільно-політична ситуація та військові події в Україні призвели до підвищення ролі інформації в сучасному українському суспільстві. Отже, питання перемоги в інформаційній війні як важливого елементу протистояння російській агресії дедалі активніше обговорюється серед представників ЗМІ, громадських діячів та науковців.

У нових умовах зростання ролі інформації молодь стає активним користувачем медіа. Для молоді ЗМІ є доступним джерелом інформації, яке, з одного боку, відкриває можливість оволодіння культурним досвідом людства, а з іншого – несе низку ризиків, пов'язаних із впливом на ціннісні орієнтації, зміною установки і моделі поведінки.

Це призводить до необхідності перегляду традиційних поглядів на виховання та соціалізацію молоді з урахуванням потужного впливу ЗМІ на особистість на всіх етапах її життя. В умовах ідеологічної та інформаційної війни, як психологічного тиску агресора на суспільство, патріотизм громадян набуває стратегічного значення для збереження національної ідентичності українців.

## **1. Медіакультура, основні характеристики та значення у формуванні особистості**

Сучасне суспільство характеризується перетворенням інформації на глобальний ресурс людства, прискоренням темпів розвитку техніки, створенням нових інформаційних технологій, перетворенням ЗМІ в масову комунікацію, глобалізацією світового інформаційного простору. За останні кілька десятиліть традиційні медіа (преса, радіо, телебачення, різні друковані підручники) були доповнені найсучаснішими, включаючи електронні підручники та посібники, мультимедійні системи, електронні бібліотечні каталоги, банки та бази даних, електронну пошту та Інтернет.

Для подальшого розвитку інформаційного суспільства та його функціонування необхідні цілеспрямовані дії щодо формування особливого типу культури особистості – медіакультури. Значення медіакультури в сучасному суспільстві постійно зростає. Модернізація всього українського суспільства, і зокрема системи освіти, надала особливого значення питанню розвитку медіакультури особистості<sup>1</sup>.

У Концепції впровадження медіа-освіти в Україні зазначено, що «медіакультура – це сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збору, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі»<sup>2</sup>.

В основу Концепції покладено дослідження стану медіакультури населення України та міжнародний досвід організації медіаосвіти. Основні положення Концепції відповідають завданням, сформульованим у Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти ЮНЕСКО (від 22 червня 2007 р.), резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.), Феській декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (від 17 червня 2011 р.) та Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (від 28 травня 2014 р.).

---

<sup>1</sup> Масол Л. М. Медіакультура : енциклопедія освіти. Акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г.Кремень. Київ : Юніверс Інтер, 2008. С. 10.

<sup>2</sup> Концепція впровадження медіа-освіти в Україні : схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150. URL: <http://www.ispp.org.ua> (дата звернення: 12.12.2022).

Зважаючи на складність і масштабність медіакультури, її розуміння має базуватися на певних положеннях, зокрема:

– медіакультура є домінуючою культурою інформаційного суспільства, яка забезпечує формування соціокультурного образу світу за допомогою різноманітних образів, породжених традиційними та електронними засобами масової інформації;

– це культурний універсум, що поєднує народну, масову та елітарну культури та їх різновиди;

– це метаповідомлення, яке відображає світоглядний стан суспільства в різні періоди розвитку;

– це ознака дії, сила якої може бути спрямована на маніпулювання суспільною свідомістю або на розвиток особистості, залучення її до кращих досягнень науки, культури, творчості;

– це специфічний спосіб управління дійсністю за допомогою різних символічних кодів, що забезпечує найбільш адекватне відображення дійсності<sup>3</sup>.

Говорячи про специфіку функціонування медіакультури, слід зазначити, що вчені виділяють такі функції:

– інформаційна (культура сама є носієм інформації, завдяки їй стає можливим збирати та примножувати інформацію, тому медіакультура – це соціальна інформація, яка зберігається та накопичується в суспільстві за допомогою символічних засобів, створених людством);

– комунікативна (очевидний тісний зв'язок цієї функції з попередньою; завдяки комунікативній функції обмін інформацією відбувається в різноманітних контекстах);

– нормативна або ідеологічна (медіакультура відповідає за процес соціалізації особистості, засвоєння соціального досвіду, норм, знань, ідеалів, які відповідають даному суспільству);

– релаксація або розвага (пов'язані з потребою у відпочинку; медіакультура пропонує спеціальні засоби релаксації: від комп'ютерних ігор до інтерактивних телепрограм);

– творча (дає можливість освоювати та перетворювати світ, навколишнє життя, задовольняти власну допитливість у будь-якій сфері; за допомогою інформації людина здобуває знання та надає їм значення);

– інтеграція (культура сприяє об'єднанню однієї нації, зберігає все накопичене державою, створює зв'язок поколінь);

---

<sup>3</sup> Лисинюк М. В. Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології*. 2020 № 36. С. 41. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221042> (дата звернення: 12.12.2022).

– посередницька (медіакультура є соціальним посередником, який встановлює зв'язок між структурами суспільства)<sup>4</sup>.

Особливостями медіакультури, що розкривають її сутність, є:

– медіаобізнаність – ознака медіакультури, що відображає ступінь засвоєння особою системи знань про засоби масової інформації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, здатність захищатися від негативних інформаційних впливів і вільно пересуватися в світ інформації;

– медіаграмотність – ознака медіакультури, що означає вміння використовувати інформаційно-комунікаційні технології, самовираження та спілкування за допомогою ЗМІ, свідомо сприймати та критично осмислювати інформацію, відокремлювати реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміння сконструйованої реальності за допомогою медіаджерел, розуміння відносин влади, міфів і типів контролю, які вони культивують;

– медіакомпетентність – це елемент медіакультури, який забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і транслятором медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства<sup>5</sup>.

Сучасні комунікаційні технології значно інтенсифікували та трансформували інформаційні процеси в суспільстві. Вони взаємодіяли з традиційними способами створення та поширення інформації, надаючи їм нової якості. Медіакультура стимулювала традиційну інформаційну культуру до вирішення нових завдань:

– оптимізація пошуку та відбору джерел інформації, їх ефективна оцінка за цілеспрямованістю;

– пошук алгоритмів згорання вбудованої інформації та їх реалізація;

– застосування методологічних прийомів для виробництва нової інформації тощо<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Коломієць О. Г. Медіасоціалізація молоді в сучасному медіа просторі. *Інформаційні технології в освіті*. 2018. № 4(37). С. 69. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo\\_2018\\_4\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo_2018_4_7) (дата звернення: 12.12.2022).

<sup>5</sup> Шейко В. М. *Культура України в глобалізаційно-цивілізаційному вимірі (історикометодологічні аспекти)*: монографія. Київ: Інститут культурології НАМ України, 2011. С. 134–136.

<sup>6</sup> Масол Л. М. *Медіакультура: енциклопедія освіти*. Акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г.Кремень. К.: Юніком Інтер, 2008. С. 258–265.

Виникнення медіакультури видається цілком природним етапом сучасного культурно-історичного розвитку суспільства. ЗМІ поступово посилюють свою присутність у культурі, свій вплив на соціокультурні процеси. Медіакультура розкрила своє справжнє значення, коли на перший план у суспільстві вийшла проблема комп'ютеризації. Наступним кроком у цьому процесі став розвиток комп'ютерних технологій, які об'єднали комунікаційні можливості як традиційних друкованих текстів, так і текстів нових медіа. Мультимедійні та мережеві засоби комп'ютерної техніки завдяки віртуальності її повідомлень зробили передачу інформації надзвичайно різноманітною, ефективною і водночас оперативною та глобальною<sup>7</sup>.

Сучасна медіакультура – це цілісна система, яка сформувала свій медіапростір, функціонуючи на основі інформаційного обміну. Медіапростір активно впливає на культурні, соціальні та психологічні цінності, формуючи та змінюючи установки та моделі поведінки людей. Як специфічна галузь культури медіакультура включає «культуру передачі інформації та культуру її сприйняття; вона може виступати як система рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати той чи інший медіатекст, займатися медіатворчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа.

## **2. Кіберсоціалізація та формування інформаційного патріотизму в умовах російсько-української війни**

Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа нагально вимагає цілеспрямованого навчання особистості вмілому та безпечному користуванню ними. Суспільство майбутнього все більше покладатиметься на інформаційно-комунікаційні технології: web-технології, хмарні обчислення і big data, смартфони та інтернет «розумних речей», штучний інтелект та інші гаджети. Контакти з різними медіа (книги, преса, радіо, кіно, телебачення, Інтернет) займають все більшу частку у бюджеті вільного часу громадян України, що зумовлює значний вплив медіа на всі верстви суспільства, особливо на дітей та молодь<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Найдюнова Л. А. Перспективи розвитку медіаосвіти в контексті болонського процесу: процесуальна модель медіа культури. *Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи*. Київ, 2007. С. 164–166.

<sup>8</sup> Концепція впровадження медіа-освіти в Україні: схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150. URL: <http://www.ispp.org.ua> (дата звернення: 12.12.2022).

Інформаційна війна негативно впливає на соціалізацію молоді. Під соціалізацією ми розуміємо «процес і результат засвоєння й активного відтворення індивідом установок, цінностей, ролей і очікувань, характерних для певної культури або соціальної групи»<sup>9</sup>.

«Соціалізація – це процес, за допомогою якого культура передає людям свої вірування, звичаї, звички та мову».

У молодості спрацьовують усі основні механізми соціалізації:

- прийняття та засвоєння нових соціальних ролей;
- соціально-рольова ідентифікація;
- наслідування як відтворення способів поведінки та дій, переживань людей;
- інтеріоризація ціннісних установок батьків, учителів і однолітків;
- орієнтація на соціальні очікування старших і однолітків;
- порівнювати себе з іншими людьми;
- навіюваність і конформізм тощо<sup>10</sup>.

Слід зазначити, що вплив медіакультури на розвиток особистості є комплексним: медіакультура може впливати на інтелект, емоції, сприяти формуванню світогляду, творчого та критичного мислення, різних аспектів естетичного усвідомлення (естетичне сприйняття, аналіз). Медіакультура передбачає розвиток у особистості певних навичок:

- інтерпретувати інформацію;
- розуміти її суть;
- визначити цільову спрямованість;
- розуміти головне в інформаційному повідомленні;
- знаходити потрібну інформацію в різних джерелах;
- трансформувати інформацію (змінювати її обсяг, форму, символічну систему тощо);
- знаходити помилки в інформації та обґрунтовано їх виправляти;
- бачити альтернативні точки зору на одну проблему та знаходити вагомі аргументи за і проти;
- встановлювати зв'язки між повідомленнями;
- мати особисту думку щодо змісту повідомлення; вміти доводити правильність власної точки зору на задану проблему<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Код нації – в дітях. URL: <http://kanalukraina.tv/ua/news/kod-nacijju-dityah> (дата звернення: 12.12.2022).

<sup>10</sup> Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2014. Т. 47, № 4. С. 180–182.

Як і соціалізація, медіасоціалізація має свої процесні компоненти, які певною мірою характеризують її вплив на особистість. Принципи медіасоціалізації:

– принцип системності, який передбачає прямий і опосередкований вплив на особистість різних медіа на всіх етапах розвитку. ЗМІ створюють інформаційне поле, яке впливає на особистість, і з віком його вплив на неї стає все сильнішим. Існування поза медійною системою стає майже неможливим;

– принцип діяльності, що ґрунтується на активному впливі особистості в медіапросторі через віртуальне спілкування, професійну діяльність, що дозволяє освоювати різні ролі, формувати цінності медіасвіту, діяти в межах норми;

– принцип двосторонньої взаємодії особистості та віртуальної реальності полягає у входженні особистості в медіапростір і одночасному включенні елементів віртуальної реальності в повсякденне життя (система сімейних, дружніх і професійних контактів);

– принцип медіаактивності та критичного мислення, який пропонує ставитися до людини не як до пасивного медіаспоживача, а як до особистості, яка здатна протистояти потужному впливу ЗМІ, формувати власне «Я» у віртуальному та реальному просторі, активно утверджувати стратегію розвитку та комунікації через медіа-канали<sup>12</sup>.

Під кіберсоціалізацією ми розуміємо новітній тип соціалізації особистості, тобто процес розвитку та якісних змін у самосвідомості особистості, що відбувається під впливом і в результаті використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, електронних, цифрових, мультимедіа, мережевих та інтернет-технологій. Сьогодні конструюється новий тип соціальної одиниці homo virtualis – людина, орієнтована на віртуальність; творець, носій і споживач віртуальної культури<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> Гуменюк Л. Й. Кіберсоціалізація молоді в умовах реального та віртуального світу. URL: [www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Gumenyuk.pdf](http://www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Gumenyuk.pdf) (дата звернення: 12.12.2022).

<sup>12</sup> Коломієць О. Г. Медіасоціалізація молоді в сучасному медіа просторі. *Інформаційні технології в освіті*. 2018. № 4(37). С. 74. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo\\_2018\\_4\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo_2018_4_7) (дата звернення: 12.12.2022).

<sup>13</sup> Савченко С. В., Караман О. Л. Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. *Вісник НАПН України*. 2021. № 3(1). С. 1–2. DOI: <https://doi.org/10/37472/2707-305X-2021-3-1-13-4> (дата звернення: 12.12.2022).

Загалом, визначаючи роль ЗМІ у процесі кіберсоціалізації молоді в умовах інформаційного суспільства, можна констатувати, що ЗМІ та Інтернет є засобами формування «моделей» соціальної реальності, найважливішим джерелом нормативних зразків, що циркулюють у суспільстві.

Кіберсоціалізація особистості, з одного боку, є інноваційним явищем, з іншого – давно стала фактичною реальністю нашого світу, невід’ємною частиною соціалізації сучасної особистості. Інтернет-середовище стає новим рівнем взаємодії в соціальних мережах сучасних людей практично різного віку в процесі кіберсоціалізації<sup>14</sup>.

Варто зазначити, що основними цінностями в кіберпросторі є свобода слова, вільний доступ до інформації, плюралізм, свобода організації, свобода зібрань тощо.

У процесі кіберсоціалізації людини особливу увагу слід приділяти розвитку вільної особистості, здатної робити вибір і нести особисту відповідальність за нього, поважати вибір і дії інших людей, здатності протистояти зовнішньому тиску, своє волевиявлення<sup>15</sup>.

Трансформація соціальної структури означає, що молодь не переймає досвід старших поколінь. У результаті різні молодіжні середовища, в тому числі кіберкомунікаційні, створюють кіберкультуру як альтернативну субкультуру, що краще відображає нові реалії інформаційного суспільства<sup>16</sup>.

Соціальні медіа як інструмент патріотичного виховання використовуються для створення віртуальних груп пропагування патріотизму в соціальних мережах.

Слід зазначити, що інформаційний патріотизм має ті самі структурно-функціональні компоненти, що й традиційний патріотизм: емоційно-чуттєвий, розумово-пізнавальний та мотиваційно-діяльний. Проте компоненти нового типу патріотизму відрізняються за змістом. Отже, індивідуальний інформаційний патріотизм, на

---

<sup>14</sup> Сергієнко Н. Е. Соціалізація в Інтернет-середовищі. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2013. Вип. 13. С. 119–121.

<sup>15</sup> Гуменюк Л. Й. Кіберсоціалізація молоді в умовах реального та віртуального світу. URL: [//www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Gumenyuk.pdf](http://www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Gumenyuk.pdf) (дата звернення: 12.12.2022).

<sup>16</sup> Кудашкіна О. З. Аналіз позитивного і негативного впливу кіберпростору на студентську молодь. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2012. Вип. 3. С. 49–50.

відміну від традиційного, виражає емоційне ставлення не стільки до Батьківщини, державних символів, культурних традицій, скільки до проукраїнського медіаконтенту. У свою чергу, свідоме позиціонування власних переконань, критичне осмислення різноманітних важливих подій та ситуацій в країні, актуалізуються особистістю вже не в реальному житті, а зокрема в ЗМІ, інформаційному просторі та соціальних мережах. Крім того, планування, готовність до патріотичних акцій та їх реалізація пов'язані не з площиною реальних справ і діяльності, а саме з режимом онлайн – як розповсюдження, захист і популяризація проукраїнського медіа-контенту, українських цінностей. Тому новий тип патріотизму не лише гармонійно доповнює традиційний, інтегрується з ним, збагачує, розширює сфери актуалізації, а й стає додатковим показником рівня загального розвитку сучасного патріотизму особистості в цілому.

### **3. Медіакультура молоді як засіб впливу на особистість під час війни Росії проти України**

Сучасна молодь постіндустріальної епохи проходить школу соціального становлення за допомогою посередника – комп'ютера, що істотно змінює характер і спрямованість соціалізації. За останні десятиліття інформаційно-комунікаційні технології стали одним із найважливіших факторів впливу на інформаційне суспільство, ключовою ланкою науково-технічного та інноваційного розвитку.

Це створює небезпеку маніпулювання людською свідомістю та поведінкою, загрожує масштабною дегуманізацією. Але для України ця глобальна загроза має свою специфіку, адже наша країна вже кілька років поспіль перебуває у стані війни, зокрема інформаційної війни, яку Росія розв'язала проти України. Основними жертвами інформаційного впливу Російської Федерації на Україну є малоосвічені та недосвідчені люди, насамперед молодь<sup>17</sup>.

Перед освітніми закладами України різних рівнів стоїть завдання організації соціально-педагогічної протидії інформаційному впливу Російської Федерації на нашу державу, створення простору для розвитку інформаційної культури особистості<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2014. Т. 47. № 4. С. 179.

<sup>18</sup> Савченко С. В., Караман О. Л. Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. *Вісник НАПН України*. 2021. № 3(1). С. 1–5. DOI: <https://doi.org/10/37472/2707-305X-2021-3-1-13-4> (дата звернення: 12.12.2022).

Інформаційна війна між Росією та Україною – це війна з використанням переважно інформаційної зброї, тобто інформаційних технологій, які базуються на брехні, напівправді, поширенні чуток, неправдивих версій, вигаданих подіях та їх шахрайській інтерпретації. Це тотальне нав'язування населенню, особливо молоді, агресивної антиукраїнської інформації. У цій інформації чітко проглядаються історичні, політичні, економічні, культурні та соціальні аспекти. Вони різні за розмахом, масштабом, рівнем брехні та цинізму, адресовані різним соціальним групам тощо. Але їх об'єднує одна глобальна мета – сформувати у молоді негативне ставлення до України, її історії, традицій, прищепити почуття безнадійності в перемозі, безнадійності, безперспективності<sup>19</sup>.

Соціалізація особистості українських дітей та молоді сьогодні відбувається в умовах гібридної війни, яка має деструктивну інформаційну складову. Тому необхідна ефективна стратегія державної інформаційної політики, спрямована на протидію ворожій пропаганді, подолання гуманітарного розриву між громадянами України, які проживають по різні боки лінії розмежування між тимчасово окупованими та контрольованими територіями України, формування цінностей громадянського суспільства.

Вище вже зазначалося, що інформаційний патріотизм проявляється лише в інформаційному просторі й формується там опосередковано. Тому потрібно розглядати проблему розвитку молодіжного патріотизму, а особливо інформаційного, в рамках медіапсихології (вивчає вплив ЗМІ на людину і навпаки) та медіаосвіти (навчає медіаграмотності та розвиває медіакомпетенції особистості). Тому новий тип патріотизму також пов'язаний із інноваційними способами його оптимізації<sup>20</sup>.

У контексті запропонованої моделі медіаосвіти для розвитку інформаційного патріотизму молоді коротко зупинимося на практиках медіаосвіти. Їх загальна мета – розвиток/активізація пізнавальних та практичних навичок, спрямованих насамперед на

---

<sup>19</sup> Курило В. С., Савченко С. В., Караман Л. О., Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на сході України : монографія. Київ : Талком, 2018. 240 с. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/2949> (дата звернення: 12.12.2022).

<sup>20</sup> Череповська Н. І. Інформаційний патріотизм молоді: медіатворчість. *Медіатворчість в сучасних реаліях: протистояння медіа травм* : матеріали Всеукраїнської наукової інтернет-конференції (з міжнародною участю) (м. Київ, 19 червня 2020 р.) 3-тє видання. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/iii-vseukrayinska-naukovo-praktychna-internet> (дата звернення: 12.12.2022).

забезпечення функцій 1) збереження, 2) захисту, 3) популяризації українських цінностей у медіаінформаційному просторі.

Збереження українського медіаконтенту має спрямовувати молодь на збереження наявного в інформаційному просторі про українського медіаконтенту та спонукати до більш активних дій у поширенні патріотичного медіаконтенту в соціальних мережах. Це включає надання інформації про гібридну війну, зокрема ідеологічну війну, про її мету, завдання, методи та засоби; пояснення значення та стимулювання активності інформаційного патріотизму; окреслити тематичні аспекти патріотичного медіаконтенту<sup>21</sup>.

Збереження українського медіаконтенту в інформаційному просторі полягає насамперед у таких практичних заходах, як:

– збір – завантаження та зберігання візуального патріотичного медіаконтенту (графіки/фото, фото, будь-яких інших зображень, відео, текстових матеріалів) у комп'ютері для подальшої практичної діяльності, наприклад, створення власних дописів, творчих проєктів тощо;

– розповсюдження наявних – простий «репост» матеріалів, уже створеного кимось патріотичного українського медіаконтенту (пости інших користувачів, інформація з різноманітних патріотичних сайтів) з метою ознайомлення друзів, «знайомих», відвідувачів сайту з актуальною, цікавою, важливою інформацією; слід розуміти, що завдяки таким «репостам» патріотичний медіаконтент зберігається, умовно продовжує своє «існування» та продовжує «роботу» в публічному інформаційному просторі;

– розсилка-компіляція – аналогічно «репост» готової інформації, але вже не «просто», а з додаванням власної думки у вигляді короткого або, навпаки, більшого тексту перед готовим матеріалом для розподілу; це своєрідне зіставлення запозиченої інформації із самостійно створеним текстом; така дія патріота вважається більш ефективною, оскільки він не лише поширив і зафіксував інформацію патріотичного змісту для реципієнтів своєї стрічки, а й уже зрозумів її, дав «фідбек» (розкрив своє ставлення, окреслив власну позицію, оцінив інформацію, запитав думку інших, запропонував діалог, поставив дискусійне запитання тощо). Саме такий формат розповсюдження українського медіа-контенту в соцмережах у форматі «власний пост + власний текст до репосту» користується

---

<sup>21</sup> Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді: навчально-методичний посібник / Наталія Іванівна Череповська. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2017. С. 95–101.

найбільшою довірою серед друзів і викликає їх неабиякий інтерес. Крім того, наразі це найпопулярніша практика серед користувачів Інтернету<sup>22</sup>.

– захист інформаційного простору від ворожої пропаганди – навчання молоді розпізнавати ворожий пропагандистський контент ЗМІ та давати обґрунтовану відповідь чи гідне спростування.

Первинне оволодіння знаннями про сутність, структурні елементи, принципи пропаганди, її види; багаторазові вправи на графічно-плакатному матеріалі (статичне зображення), відео (рухоме аудіовізуальне зображення). Виявлення пропагандистського змісту – розпізнавання характерних, специфічних особливостей статичної та мобільної пропаганди за задалегідь підготовленими зразками, здатність молоді сприймати не тільки явні, а й приховані смисли інформаційних повідомлень.

Ці знання дозволяють:

– розпізнавати пропагандистську інформацію через аналіз змісту та форми, виявляти використані технології впливу;

– знаходити аргументи, що розкривають суть змісту-форми пропаганди; (можуть бути корисні такі проекти, як StopFake, пошук схожих зображень та визначення основного джерела за допомогою Google тощо);

– публікувати свої ВИСНОВКИ на основі аналізу, підібраних аргументів, у вигляді коментарів до конкретного допису, як переконливе спростування його пропагандистських меседжів.

До коментарів можна додати відповідне фото з власного інтернет-архіву, що разом дає ефект контрпропаганди. У такий доступний спосіб здійснюється патріотичний захист українського інформаційного простору від ворожої пропаганди. Проте можна не лише «захищати», а й «наступати», тобто створювати власний контрпропагандистський контент.

Медіакреативність як популяризація українських цінностей – створення власного оригінального медіаконтенту. Це вже не просте розповсюдження патріотичного медіаконтенту (простий репост) чи елементарна «компіляція» (розповсюдження наявного, раніше

---

<sup>22</sup> Зінчина О. Медіасоціалізація сучасної молоді: виклики і відповіді. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. 2017. № 39. С. 335. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/10283> (дата звернення: 12.12.2022).

кимось створеного, з додаванням власної інформації), а створення автономного, патріотичного медіаконтенту<sup>23</sup>.

Якщо практична діяльність перших двох функцій потребує, насамперед, самомотивації молоді щодо патріотичної активності в медіапросторі, особливо в мережі, то створення власного медіаконтенту патріотичного змісту вимагає чогось більшого, а саме технічних навичок. Йдеться насамперед про оволодіння навичками користування спеціальними програмами для редагування зображень, технологіями, платформами, за допомогою яких можна створювати власний мультимедійний контент як у статичному (фото, фотоколажі), так і в динамічному (гіфки, анімація, фотофільми, відеоформати).

## ВИСНОВКИ

Медіакультура – це соціокультурний феномен, тобто соціальне середовище, яке активно комунікує через символічний обмін, реалізуючи взаємодію між підсистемами суспільства та як механізм культурної дії.

Водночас медіакультура, формуючи світогляд і повсякденну поведінку людини, прищеплює певні стандарти, моду та мовні практики, які не завжди мають позитивні наслідки. Для подальшого розвитку суспільства необхідні цілеспрямовані дії щодо формування медіаосвіти, яка має сприяти розпізнанню та реалізації творчого потенціалу особистості, формуванню аналітичного підходу до явищ і фактів дійсності. Йдеться про формування «людини медіакультури», про актуалізацію антропологічної концепції медіакультури, яка насамперед забезпечує безперервність традиції існування в культурі на рівні особистості.

З розвитком масштабної медіакультури можливі прояви однобічності, пов'язані з мовленнєвою агресією, пасивною адаптацією та способами створення нових негативних явищ тощо.

Соціалізація особистості українських дітей та молоді сьогодні відбувається в умовах гібридної війни, яка має деструктивну інформаційну складову. Тому необхідна ефективна стратегія державної інформаційної політики, спрямована на протидію ворожій

---

<sup>23</sup> Барішполець О. Т., Голубєва О. Є., Климчук Н. В., Мироненко Г. В., Найдюнова Л. А., Різун В. В., Сергійчук Г. В., Стерденко С. М., Стрільчук О. М., Череповська Н. І. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчально-методичний посібник. Київ : Міленіум. 2009. С. 156. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakultura-osobystostisotsialn/> (дата звернення: 12.12.2022).

пропаганді, подолання гуманітарного розриву між громадянами України, які проживають по різні боки лінії розмежування між тимчасово окупованими та контрольованими територіями України, формування цінностей громадянського суспільства.

Визначено новий тип патріотизму інформаційної доби – інформаційний патріотизм, який полягає в активізації в медіаінформаційному просторі емоційно-чуттєвої, розумово-когнітивної, мотиваційно-діяльній складових патріотизму особистості.

«Українці» у вимірах глобального інформаційного суспільства – це не лише титульний етнос, від якого походить назва країни, держави та її символіка. Це якісно нова політична спільнота – глобальна українська нація, яка створюється не лише завдяки зусиллям Української держави, її громадян та діаспори, а й завдяки можливостям новітніх політичних технологій та комунікаційних мереж.

## **АНОТАЦІЯ**

У роботі визначено сутність поняття «медіакультура» та звернено увагу на функції медіакультури. Доведено взаємозв'язок між медіакультурою та культурою в традиційному розумінні останньої, а також взаємозв'язок і взаємозалежність з іншими системами реальності. Відзначено специфіку функціонування медіакультури в сучасному інформаційному просторі. Проаналізовано вплив сучасних ЗМІ на молодь, його позитивні та негативні наслідки. Специфіка формування особистості сучасної молодої людини як представника «цифрового покоління» зумовлює, зокрема, подвійний вплив на цей процес реального та віртуального світу. Розкрито сутність і зміст процесу кіберсоціалізації молоді в умовах інформаційної війни між Росією та Україною. Встановлено, що кіберсоціалізація – це новітній вид соціалізації особистості, процес розвитку та якісних змін самосвідомості особистості, що відбувається під впливом сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Було визнано необхідним свідомо впливати на кіберсоціалізацію молоді, щоб протистояти інформаційній війні Росії з Україною.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Баришполец О. Т., Голубєва О. Є., Климчук Н. В., Мироненко Г. В., Найдьонова Л. А., Різун В. В., Сергійчук Г. В., Стерденко С. М., Стрільчук О. М., Череповська Н. І. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний

посібник. Київ : Міленіум. 2009. 196 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakultura-osobystostisotsialn/> (дата звернення: 12.12.2022).

2. Гуменюк Л. Й. Кіберсоціалізація молоді в умовах реального та віртуального світу. URL: [www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Gumenuuk.pdf](http://www.sht.odessa.ua/docs/Articles/Gumenuuk.pdf) (дата звернення: 12.12.2022).

3. Зінчина О. Медіасоціалізація сучасної молоді: виклики і відповіді. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 2017. № 39. С. 332–339. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/10283> (дата звернення: 12.12.2022).

4. Код нації – в дітях. URL: <http://kanalukraina.tv/ua/news/kod-nasijiu-dityah> (дата звернення: 12.12.2022).

5. Коломієць О. Г. Медіасоціалізація молоді в сучасному медіа просторі. *Інформаційні технології в освіті*. 2018. № 4(37). С. 64–76. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo\\_2018\\_4\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo_2018_4_7) (дата звернення: 12.12.2022).

6. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні: схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150. URL: <http://www.ispp.org.ua>

7. Кудашкіна О. З. Аналіз позитивного і негативного впливу кіберпростору на студентську молодь. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2012. Вип. № 3. С. 47–53.

8. Курило В. С., Савченко С. В., Караман О. Л. Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на сході України : монографія. Київ : Талком, 2018. 240 с. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/2949> (дата звернення: 12.12.2022).

9. Лисинюк М. В. Медіакультура: сутнісні особливості і функції. *Питання культурології*. 2020. № 36. С. 38–48. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221042> (дата звернення: 12.12.2022).

10. Масол Л. М. Медіакультура : енциклопедія освіти. Акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г. Кремень. Київ : Юніком Інтер, 2008. 1040 с.

11. Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді : навчально-методичний посібник / Череповська Наталія Іванівна. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2017. 156 с.

12. Найдьонова Л. А. Перспективи розвитку медіаосвіти в контексті болонського процесу : процесуальна модель медіа культури. *Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи*. Київ, 2007. С. 162–168.

13. Савченко С. В., Караман О. Л. Кіберсоціалізація молоді в умовах інформаційної війни Росії проти України. *Вісник НАПН України*. 2021. № 3(1). С. 1–5. URL: <https://doi.org/10/37472/2707-305X-2021-3-1-13-4> (дата звернення: 12.12.2022).

14. Сергієнко Н. Е. Соціалізація в Інтернет-середовищі. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2013. Вип. 13. С. 116–126.

15. Череповська Н. І. Інформаційний патріотизм молоді: медіатворчість. *Медіатворчість в сучасних реаліях: протистояння медіа травмі*: матеріали Всеукраїнської наукової інтернет-конференції (з міжнародною участю) (м. Київ, 19 червня 2020 р.) 3-тє видання. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/iii-vseukrayinska-naukovo-praktychna-internet>

16. Шейко В. М. Культура України в глобалізаційно-цивілізаційному вимірі (історико-методологічні аспекти): монографія. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2011. 623 с.

17. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та PR: такі схожі й такі різні. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2014. Том 47, № 4. С. 178–188.

**Information about the authors:**

**Sikorska Victoriia Yuriivna,**

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Head of Department of Pre-university Training  
Odesa National Maritime University  
34, Mechnikova str., Odesa, 65029, Ukraine

**Kozhanov Andrii Vasylovych,**

Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor at the Department of Ukrainian Studies  
National University “Odesa Maritime Academy”  
8, Didrichson str., Odesa, 65000, Ukraine

**Shypotilova Olena Pavlivna,**

Candidate of Historical Sciences,  
Associate Professor at the Department of Pre-university Training,  
Odesa National Maritime University  
34, Mechnikova str., Odesa, 65029, Ukraine