

УДК 159.9:316.6

Гусєв Ігор Миколайович

кандидат психологічних наук, науковий співробітник
лабораторії психології мас та спільнот,
Інститут соціальної та політичної психології
НАПН України,
Київ, Україна
ORCID ID 0000-0002-3426-8799
ihor.husiev@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ З МЕДІА В ПРОЦЕСІ АДАПТАЦІЇ СПІЛЬНОТИ ДО УМОВ І НАСЛІДКІВ ВОЄННОГО КОНФЛІКТУ

У статті наведено результати емпіричного дослідження, яке виявило базові особливості взаємодії спільноти з медіа. Виокремлено п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіа, які мають різний рівень прояву залежно від віку, матеріального забезпечення, найбільш використовуваного медіа тощо. “Патерналістсько-негативістська” особливість взаємодії з медіа характеризується негативним ставленням до споживаного медіаконтенту і перекладанням відповідальності за нього на державу, тоді як “униклива” особливість спирається на бажання особи свідомо обмежити себе у використанні медіа, аби уникнути натрапляння на медіаконтент, пов'язаний з воєнним конфліктом. Прояв таких особливостей більшою мірою притаманний спільнотам з низьким рівнем матеріального забезпечення, які віддають перевагу російському телебаченню і використовують соціальні мережі “Вконтакті” і “Однокласники”. Такі особливості взаємодії з медіа, як “раціонально-емпатійна” і “споглядальна”, характеризуються оперуванням широким масивом медіаконтенту, раціональним оцінюванням споживаної інформації або її накопиченням для формування подальшого ставлення. Ці особливості частіше проявляються в спільнотах із середнім і високим рівнем матеріального забезпечення, де провідними медіазвичками є використання інтернету для пошуку новин, соціальних мереж Facebook і Twitter, а також онлайн-перегляд телебачення. “Емоційно-інтуїтивна” особливість спирається на сталі звички застосування медіа, які продукують емоційні реакції на споживаний медіаконтент у вигляді прояву жалю, співчуття, співпереживання. Ця особливість притаманна спільноті, яка використовує загальнонаціональне телебачення і не має життєвого досвіду взаємодії з вразливими групами населення (внутрішньо переміщеними особами, учасниками бойових дій тощо). Визначено базові вектори адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі взаємодії з медіа: продуктивний вектор, який характеризується раціональним використанням медіа та емпатійним ставленням до внутрішньо переміщених осіб, а також споглядальною позицією, що проявляється у використанні різноманітних медіа для накопичення інформації та в нейтральній оцінці медіаконтенту, що споживається; вектор адаптації з деструктивними проявами, зміст якого визначається патерналістським ставленням до медіаконтенту, його хаотичним споживанням, негативним ставленням до переселених осіб і перекладанням відповідальності на державні інституції; проміжний адаптаційний вектор, особливістю якого є емоційно-інтуїтивна позиція, що виявляється в інтуїтивному пошуку інформації і взаємодії з медіаконтентом, а ставлення до соціально-політичних подій у країні ґрунтується на емоційних факторах (співпереживання, співчуття, жалість).

Ключові слова: медіа; медіаконтент; медіазвичка; адаптація; психологічні особливості; факторний аналіз; воєнний конфлікт.

PECULIARITIES OF INTERACTION WITH MEDIA IN THE PROCESS OF THE COMMUNITY ADAPTATION TO THE CONDITIONS AND CONSEQUENCES OF MILITARY CONFLICT

Ihor M. Husiev

Ph.D., Research Associate,
Laboratories of Psychology of Masses and Communities,
Institute for Social and Political Psychology,
National Academy of Educational Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-3426-8799
ihor.husiev@gmail.com

The article presents an empirical study that revealed the basic peculiarities of the community interaction with media. There are revealed five psychological peculiarities of community interaction with the media, which have different levels of expression depending on age, material security, most used media, and so on. Interaction with the media through the “paternalistic-negative” peculiarity is characterized by a negative attitude to the consumption of media content and the transfer of responsibility for it to the government. The “avoidance” peculiarity is based on the desire of a person to deliberately limit him/herself to using media to avoid getting into a media content that is related to a military conflict. The displaying of such peculiarity is more common to communities with a low level of material support and those who use such media as Russian television and social networks VKontakte and Odnoklassniki. Such peculiarities of interaction with the media as “rational-empathy” and “observed” are characterized by the operation of a wide array of media content, rational assessment of the consumed information or its accumulation to form a further attitude. Such features are more common in medium and high-level material provision communities where the use of the Internet for news search, Facebook and Twitter social networking, and online TV viewing are the leading media-habits. The “emotional and intuitive” peculiarity is based on the steady habits of the media which produce emotional responses to the consumed media content in the form of pity, compassion, and empathy display. This peculiarity is inherent in a community that uses national TV and does not have a life experience of interaction with vulnerable groups of the population (internally displaced persons, combatants, etc.). The basic vectors of community adaptation to the conditions and consequences of a military conflict in the process of interaction with the media are defined. A productive vector characterized by rational use of the media and the empathy of internally displaced persons, as well as a contemplative position that manifests itself in the use of various media for the accumulation of information and in a neutral estimation of consumed media-content. The vector of adaptation has destructive manifestations and is determined by the paternalistic attitude to media content, its chaotic consumption, the negative attitude towards the displaced persons, and the transfer of responsibility to the state institutions. An intermediate adaptation vector has such features as the emotional and intuitive position, which is displayed in the intuitive search and interaction with media-content, and the attitude to socio-political events in the country is based on emotional factors (empathy, compassion, and pity).

Key words: media; media content; media skills; adaptation; psychological peculiarities; factor analysis; military conflict.

Постановка проблеми. Активний розвиток медіатехнологій істотно впливає на всі сфери функціонування особистості, зокрема і на особливості її взаємодії з медіа. Як і будь-яке складне явище, новітні види медіакомунікації мають амбівалентний вплив на психологічні процеси і на поведінку зокрема. З одного боку, вони допомагають у процесі адаптації людини до нових умов, полегшуючи щонайменше знаходження потрібної інформації. З другого боку, сучасні медійні засоби вимагають адаптації до себе, часом ускладнюючи те, що людина могла б зробити безперешкодно без залучення тих чи тих медіатехнологій.

Роль медіа в контексті вивчення досвіду інших спільнот та прошарків наразі активно досліджується у зв'язку з масовим використанням медіатехнологій як сучасної та потужної

зброї, мішенню якої є насамперед свідомість особи в різних спільнотах. Ідеться про суттєву зміну характеру, змісту та форм медіакомунікацій у різних сферах життя, особливо в політичній, і розширення функцій медіа в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Виділяють такі головні функції впливу медіа на людину і спільноту в цілому:

- релаксаційну: відпочинок “з телевізором” чи іншими медіазасобами відволікає від повсякденних турбот та обов'язків;

- компенсаторну: медіа здатні компенсувати дефіцит міжособових контактів. Особливо це характерно для підлітків і молоді, які, щоб подолати відчуття самотності, слухають музику, “блукають” в інтернеті тощо;

- просвітню (неформальної освіти): медіа є джерелом інформації та просвіти, часто суперечливої й несистематизованої;

- світоглядну: полягає в засвоєнні широкого спектра соціальних норм і формуванні ціннісних орієнтацій особистості (Мицишин, & Троханяк, 2006).

Світ медіа в цілому створює медіавіртуальності, притаманні певним спільнотам. Медіавіртуальність – це психологічне утворення, яке полягає в атрибуції штучно створеному інформаційному явищу статусу життєвої реальності, включенні його в життєвий простір суб'єкта (і особистості, і спільноти). Можна виокремити п'ять вимірів створюваної медіавіртуальності (які можна в певний спосіб оцінити):

- контекстуальність – створення ефекту постійного існування медіавіртуальності, добудовування її до неперервності;

- реалістичність – достовірність симуляції (відображення) об'єктивної реальності з точки зору комунікативів;

- активність – експансія віртуального світу медіа в міжособовий простір спілкування, інтерактивність;

- керованість – підпорядкування віртуальності волі комуніката, його незалежність і автономність;

- ресурсоздатність – потенція надання ресурсів, які можуть бути використані комунікатом, складова його мотивації (Найдьонова, & Баришполець, 2010, с.178–180).

Індивідуальні навички в процесі застосування медіа розуміють як здатність діяти в трьох площинах: поведінкові здібності або практичне використання (так звані користувацькі здібності); критичні знання, або когнітивна компетентність; і прагнення, в яких набір навичок може сформуватись, тобто комунікація, соціальні стосунки, участь у публічній сфері, творчість.

У науковому середовищі дискусії про вплив медіа на процес адаптації відбуваються досить активно. З одного боку, велика кількість досліджень присвячена негативним аспектам зкористування інтернетом (інтернет-адикції, хакерству, аутизації, “ігровій наркоманії”, неадекватним ефектам у процесі соціальної перцепції тощо). З другого боку, висувуються нові гіпотези, згідно з якими навіть сам зміст вищезазначених інтернет-ризиків може бути переосмисленим. Так, наприклад, вважається, що супутні феноменові інтернет-адикції залученість у діяльність, високу пізнавальну активність і готовність до подолання проблем, що відтак виникають, можна трактувати як такі, що мають ресурсний потенціал для продуктивної адаптації. Тож дехто з дослідників стверджує, що в такій інтерпретації залежність від певних медіа можна розглядати вже не як патологічний феномен, а як нову мотивацію пізнавальної діяльності (Белинская, 2013).

Як зазначає Л. Найдьонова (2013), комплексний підхід передбачає врахування вікових особливостей користувачів інтернету. На думку дослідниці, самі по собі медіа не є причиною вольових чи інших розладів особистості. Зі свого боку, системне ігнорування вікових та індивідуальних потреб особистості може проявитися у формі порушень функціонування особистості, одним з яких може стати інтернет-адикція (с. 51).

Автори досліджень, присвячених вивченню взаємодії людини із сучасними медіа, часто акцентують увагу на тому, що не завжди вдається встановити вектор впливу у взаємодії

користувачів із медіа, а однозначне ствердження, що саме знаходження у віртуальній реальності стало причиною тих чи інших особистісних змін, є далеко не завжди коректним. Так, за даними досліджень спілкування дітей та підлітків у мережі в ракурсі його інтенсивності та впливу на позамережеву комунікацію, вплив інтернету на соціальні зв'язки не має універсальних параметрів та вираженості і визначається радше особистісними і ситуативними факторами (Кузнецова, & Чудова, 2008, с. 62). Неоднозначність впливу медіасередовища є тим фактором, який треба враховувати, характеризуючи психологічну адаптацію спільноти в контексті її взаємодії з кіберпростором. Ті чи інші практики зі сфери медіа можуть корелювати з певними показниками психологічної адаптації користувачів, проте однозначне трактування причинно-наслідкового зв'язку в цьому випадку варто досліджувати окремо.

Таким чином, побудова ефективних стратегій адаптації спільнот до умов і наслідків війни може відбуватися шляхом продуктивного застосування медіа в тісному зв'язку з підвищенням медіакомпетентності і зменшенням впливу маніпулятивних технологій через наявний медіаконтент.

Метою статті є визначення особливостей взаємодії спільноти з медіа і знаходження їхнього зв'язку зі стратегіями адаптації до умов і наслідків воєнного конфлікту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Емпіричне дослідження складалося з двох основних етапів: проведення опитування за розробленою анкетною і модерування фокус-груп. У такий спосіб ми виявляли особливості взаємодії спільноти з медіа, а також прояви цих особливостей залежно від того чи того вектора адаптації.

Для визначення психологічних особливостей взаємодії з медіа було використано метод факторного аналізу. Факторний аналіз дає змогу виявити не лише кореляції між змінними та латентні фактори, а й ті компоненти, що пояснюють більшу дисперсію (Наследов, 2004). За допомогою цього методу можна визначити найбільш статистично незалежні конструкти, які, перетинаючись, утворюють простір ознак, що можуть бути проінтерпретовані як психологічні особливості взаємодії спільноти з медіа.

Так, до проведення основного опитування було виокремлено репертуар найбільш поширених медіа, які найчастіше використовують особи для доступу до інформації, обговорення отриманої інформації і її інтерпретування. Окрім цього, виявлено найбільш контроверсійні теми, пов'язані з воєнним конфліктом, які вимагають від особи формування певного ставлення, адаптації до нових умов.

У березні 2017 р. було проведено 10 глибинних інтерв'ю з мешканцями Києва, Львова (по 3 особи) і Харкова (4 особи), які відрізнялися за віком, освітою, фахом, рівнем добробуту. Під час інтерв'ю, яке тривало не більше як одну годину, обговорювалися теми використання тих чи тих медіа, послуговування медіа залежно від ситуації, найбільш значущі теми державного масштабу, які стали наслідком воєнного конфлікту.

Якісна обробка даних полягала у використанні методу контент-аналізу отриманих відповідей респондентів для визначення основного набору провідних медіа, головних проблемних тем, які пов'язані з воєнним конфліктом і вимагають від респондентів проявів власної адаптивності. Окрім цього, з'ясувалося їхнє ставлення до споживаного медіаконтенту.

Для першого етапу дослідження було відібрано декілька змістових блоків, які наповнювалися відповідними запитаннями. Такими блоками стали:

- найбільш часто використовувані медіа, пов'язані з тими чи тими засобами масової інформації;
- особливості поводження з медіаконтентом: перевірка інформації, вимоги до медіаконтенту, здатність відрізнити фейковий медіаконтент від правдивого тощо;
- ставлення до проблемних тем, пов'язаних із воєнним конфліктом: бойові дії, внутрішньо переміщені особи, благодійність тощо;
- соціально-демографічні характеристики для виокремлення різних спільнот (фах, вік, освіта тощо).

У результаті для цього етапу емпіричного дослідження було сформовано авторський опитувальник, який містив 98 запитань.

Метою аналізу емпіричних даних було визначення психологічних особливостей використання спільнотою медіа і знаходження відмінностей у прояві цих особливостей залежно від соціально-демографічних характеристик спільноти.

Опитування проводилося у квітні-травні 2017 р. в усіх областях України, крім тимчасово окупованих і непідконтрольних територій. Вік респондентів – від 18 до 65 років. Загальна кількість опитаних – 1875 осіб, серед яких жінок – 58%, чоловіків – 42%.

Статистичні методи обробки даних включали методи факторного і кореляційного аналізу та методи статистичної перевірки значущості емпіричних даних (обробка даних методами багатомірної статистики проводилася в статистичному пакеті IBM SPSS Statistics 20).

Виявлено найбільш характерні особливості використання медіа. З'ясовано, що зростання числа інтернет-користувачів супроводжується змінами в структурі медіаспоживання спільноти: традиційні ЗМІ (телебачення, преса, радіо) поступово втрачають свою аудиторію, поступаючись місцем новинним сайтам і соціальним мережам ($p \leq 0,05$). Очевидно, що тенденція зростання частки онлайн-джерел збережеться, адже що молодша аудиторія, то вища їхня популярність (у віці до 35 років частка інтернет-ЗМІ перевищувала 80%). Рівень значущості у цьому зв'язку $p \leq 0,01$.

Респонденти частіше користуються соціальними мережами і агрегаторами новин (наприклад, ukr.net), а не конкретними інтернет-виданнями ($p \leq 0,05$). Коли йдеться про соціальні мережі, то лідерство тримає "Вконтакті", але у зв'язку із блокуванням цього ресурсу попит на користування змінюється в бік Facebook ($p \leq 0,1$).

У цілому респонденти декларують довіру тільки до українських джерел. Довіра до російських інтернет-ресурсів опустилася до низького рівня і в основному формується населенням сходу і півдня України ($p \leq 0,05$).

Ставлення до соціально-політичних подій, пов'язаних з воєнним конфліктом, також має певні особливості. Найбільш поширена інтерпретація подій на Донбасі – зіткнення з Росією: перш за все це війна або конфлікт, спецоперація агресора. Найвиразніше ця позиція проявляється на Заході і Півночі ($p \leq 0,05$).

Частка тих, хто мав досвід особистого спілкування з внутрішньо переміщеними особами з Донбасу, є досить висока (35%), особливо в Східному регіоні (50%). Також висока частка тих, хто допомагав переселенцям (21%), найвища вона в Дніпропетровській обл. (26%). Водночас тих, хто допомагав українській армії, – 30%.

Більшість опитаних вважають, що темі переселенців у ЗМІ приділяють достатньо уваги. Найбільш поширена думка, що ЗМІ пропонують тільки кращі приклади й історії про переселенців ($p \leq 0,05$).

Психологічний зміст особливостей взаємодії спільноти з медіа в умовах воєнного конфлікту було визначено за допомогою факторного аналізу, що здійснювався за методом головних компонент з обертанням Varimax Normalized. Оптимальна кількість факторів, що виділилися, та їхня статистична значущість перевірялися за критерієм Кайзера (Бююль, & Цефель, 2005).

Після Varimax-обертання утворилося п'ять значущих факторів, що описують 53,5% загальної дисперсії. Згідно з критерієм адекватності вибірки Кайзера-Мейєра-Олкіна (КМО = 0,701) вибірка є адекватною для проведення факторного аналізу. За критерієм сферичності Бартлетта, що визначає нормальність розподілу змінних, отримані дані прийнятні для проведення факторного аналізу (0,000; $p \leq 0,001$).

Перший фактор, загальний вклад якого в сумарну дисперсію становить 14,1%, – *патерналістсько-негативістська* особливість взаємодії з медіа. Цей фактор, описуючи характер взаємодії з медіа, робить наголос на незначній увазі до достовірності медіаінформації, зменшенні проблематизації щодо поширення неправдивого контенту. При цьому ставлення до соціально-політичних проблем ґрунтується на негативізмі – перекладанні відповідальності на

державу. Інформацію про внутрішньо переміщених осіб такі респонденти сприймають також негативно і загалом великою мірою не довіряють жодному медіаканалу.

Другий фактор (12,9% дисперсії) можна охарактеризувати як такий, що спрямований на перевірку інформації медіаканалів у зв'язку з актуальністю проблеми поширення замовного/фейкового контенту. Ставлення до соціально-політичних проблем держави дістає раціональну оцінку і ґрунтується на власному досвіді, а саме: особистому спілкуванні з внутрішньо переміщеними особами, благодійній допомозі таким категоріям громадян. Загалом переважає медіаконтент, що позитивно висвітлює теми, пов'язані з воєнним конфліктом. Тому цей фактор відображає *раціонально-емпатійну* особливість взаємодії з медіа.

У третьому факторі, *емоційно-інтуїтивному* (10,7%), поєдналися такі характеристики, як байдуже ставлення до поширення фейкового/замовного контенту, ідентифікація такої інформації в інтуїтивний спосіб або за звичкою. Ставлення до соціально-політичних проблем мало спирається на власний досвід, а формується через емоційну сферу: співпереживання, співчуття, жалість.

Четвертий фактор відображає широке застосування різноманітних медіа (телебачення, інтернету, паперових видань тощо) для отримання великої кількості інформації і загалом нейтральну оцінку медіаконтенту, що споживається. Ставлення до соціально-політичних подій здебільшого беземоційне, нейтральне. Повнота отриманої інформації при цьому важливіша за її оцінювання. Тому четвертий фактор ми інтерпретували як *споглядальну* взаємодію з медіаконтентом. Вклад у сумарну дисперсію цього фактору становить 8,5%.

До п'ятого фактору (7,3%) увійшли такі характеристики, як добровільне обмеження власного медіапростору і репертуару використовуваних медіа, невизначене, неоднозначне ставлення до подій, пов'язаних з воєнним конфліктом і його наслідками. Фактор дістав назву *уникливої* взаємодії з медіа.

Отже, взаємодія спільноти з медіа може бути: “патерналістсько-негативістською”, “раціонально-емпатійною”, “емоційно-інтуїтивною”, “споглядальною”, “уникливою”.

Наступний етап аналізу емпіричних даних мав на меті з'ясувати притаманність виокремлених психологічних особливостей тим чи тим спільнотам, а також залежність прояву цих особливостей від найчастіше використовуваних медіаресурсів. Було застосовано метод двовимірного аналізу на основі використання тесту χ^2 і створення таблиць спряженості. Виявлено, що респонденти, які мають невисокий рівень статків і нижчий рівень освіти, частіше демонструють “патерналістсько-негативістську” особливість взаємодії з медіа. Важливо що ця особливість більшою мірою проявляється в тих, хто часто використовує такі медіа, як російське телебачення і російські новинні сайти. За критерієм χ^2 Пірсона коефіцієнт статистичної значущості $p \leq 0,001$.

Малозабезпечені і малоосвічені респонденти частіше використовують медіа для знаходження критичного контенту, який спрямований на подачу інформації в негативному ключі, при цьому відповідальність за появу такого контенту покладається на державні інституції. Прояв цієї особливості найбільше помітний у тих, хто віддає перевагу російським медіа.

Аналізуючи ступінь вираженості “раціонально-емпатійної” особливості, можемо зауважити, що вона притаманна респондентам віком 36-45 років, які мають вищу освіту, середній і вищий рівень матеріального забезпечення. Серед практик, пов'язаних з медіа, слід виділити пошук новин в інтернеті (відмінність на рівні $p \leq 0,05$). Отже, рівень освіченості і матеріального забезпечення впливає на те, що медіаконтент такими особами перевіряється частіше, а подані факти сприймаються більш критично. Водночас з огляду на наявність власного досвіду частіше проявляються емпатія і потреба в наданні допомоги вразливим групам населення (внутрішньо переміщеним особам, учасникам бойових дій тощо).

Прояв “емоційно-інтуїтивної” особливості взаємодії з медіа притаманний особам, які мають середній рівень матеріального забезпечення, не мають досвіду спілкування з вразливими групами населення і частіше використовують загальнонаціональне телебачення як провідні медіа. Характер прояву такої особливості досить суперечливий, адже в першу чергу залучається

емоційна сфера особи (хвилювання, жаль), інформаційний контент споживається за звичною практикою (перегляд телебачення) без формування чіткого ставлення до наведених фактів.

“Споглядальна” особливість взаємодії вивляється в широкому використанні медіа, накопиченні інформації і її активному споживанні, при цьому переважають нейтральні оцінки щодо соціально-політичних подій у державі. Зазначена особливість стосується осіб, що використовують такі медіа, як соціальні мережі (Facebook, Twitter), відвідування форумів та перегляд онлайн-телебачення, а це переважно молоді респонденти віком 26-35 років ($p \leq 0,05$). Отже, молодь, яка активно користується інтернет-медіа, здебільшого не має одностайних оцінок щодо подій, які наразі відбуваються, і більше схильна до накопичення інформаційного контенту.

Особливість “уникнення” у взаємодії з медіа полягає в тому, що особа добровільно обмежує себе в отриманні певного інформаційного контенту, ухиляється від давання оцінок соціально-політичним подіям, концентрується на нейтральній тематиці та уникає контroversійної інформації. Така особливість характерна для тих, хто використовує практики, пов’язані із соціальними мережами (“Вконтакті”, “Однокласники”), веденням блогів, участю в онлайн-іграх. Серед них багато мешканців Східної України – Донецької і Луганської областей ($p \leq 0,05$).

Отже, можемо говорити про психологічні особливості взаємодії з медіа, які можуть бути провідними для тих чи тих спільнот і, крім цього, у різний спосіб впливати на стратегії адаптації цих спільнот.

Для знаходження основних векторів адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту, а також взаємозв’язку між цими векторами і виділеними вище особливостями взаємодії з медіа було вирішено провести другий етап емпіричного дослідження. Відтак у вересні-жовтні 2017 р. ми організували серію фокус-групових дискусій у Києві, Львові, Одесі, Харкові, Вінниці – по дві фокус-групи в кожному місті. Учасниками кожної такої групи були 8 осіб, які мали різний спектр користування основними медіа (інтернет, телебачення, друковані ЗМІ). Дискусія проходила за структурованим планом, який передбачав обговорення медіа і їх використання респондентами, їхнього адаптаційного потенціалу щодо подій, пов’язаних з воєнним конфліктом, а також способів опрацювання медіаконтенту.

Отриману інформацію було піддано процедурі контент-аналізу, у результаті чого виокремилися вектори адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі використання медіа. З’ясувалося, що на адаптаційні процеси значною мірою впливає ставлення до подій, спричинених воєнним конфліктом. Узагальнивши відповіді респондентів щодо цієї тематики, ми зауважили, зокрема, таке.

Висвітлення теми воєнних дій на Донбасі пов’язане з оперативністю, проте часто при цьому допускається неправдивість і необ’єктивність. Так, більшість респондентів переконані, що новини українського походження помітно “підіграють” державним інститутам. У цілому новин на цю тему дуже багато, але вони формальні й однотипні – їм не вистачає різнобічності у висвітленні подій. Найбільш чесно і повно події на Донбасі висвітлюються в інтернеті, тоді як телебачення зачіпає цю тему дуже вибірково, інтерпретації при цьому подаються, на думку респондентів, з урядової точки зору.

На відміну від повідомлень про воєнні дії, новин про переселенців порівняно мало, хоча в цілому вони все ж допомагають переміщеним особам адаптуватися і виховують серед решти населення толерантність до цих людей. Найактивніше ця тема порушується на телебаченні (наприклад на каналі “Україна”), однак інформації цього ЗМІ більшість респондентів не довіряють – вона, на їхнє переконання, подається з метою піару власника. Найбільш чесним джерелом інформації про переселенців медіаспоживачі вважають інтернет, особливо блоги і соціальні мережі.

Серед особливостей медіазвичок, які впливають на адаптаційні процеси спільноти, варто виокремити такі. Новини для абсолютної більшості респондентів, незалежно від регіону проживання, є дуже важливим складником їхнього життя, але водночас і джерелом погіршення емоційного тла: для більшості медіаспоживачів слово “новини” асоціюється з негативними

емоціями і стресогенними факторами (воєнні дії на Донбасі, трагічні події в Україні та світі тощо).

Більшість респондентів у цілому не задоволені якістю новин в українських ЗМІ. Вважаючи їх здебільшого необ'єктивними і політизованими, вони схильні перевіряти отриману інформацію в різних типах джерел, обов'язковим серед яких є інтернет. Крім того, частина респондентів звертається як до українських, так і до російських новин, щоб оцінити ситуацію з обох сторін, однак перевагу віддає усе ж таки загальнонаціональним ЗМІ.

Найбільше цікавить респондентів, зрозуміло, тема війни на Донбасі. Слід зазначити, що медіаспоживачі пояснюють своє звернення до новин на цю тему тим, що воліють побачити хоч якісь ознаки наближення перемоги/миру.

Більшість респондентів вказують на тотальну нестачу висвітлення позитивних подій у новинних випусках, особливо загальнонаціональних ЗМІ. Як найважливіші характеристики якісного медіаконтенту вони називають “чесність”, “своєчасність”, “об'єктивність” і “відокремлення фактів від коментарів”.

Нова і вкрай важлива тематика – воєнні дії – змусила респондентів регулярно стежити за новинами. На їхню думку, за останні два-три роки змінилися не так новини, як їх сприйняття: сам медіаспоживач став більш критичним і вибіркоким, і тому заангажованість ЗМІ та їхні спроби маніпулювати суспільною свідомістю відчуються гостріше.

Результатом обговорення різних способів реагування на виклики, зумовлені воєнним конфліктом, стало виокремлення трьох векторів адаптації спільноти в процесі взаємодії з медіа.

1. *Продуктивний вектор адаптації* спільноти, що спирається на раціонально-емпатійну і споглядальну особливості взаємодії з медіа. Цей вектор забезпечує отримання широкого спектра медіаконтенту, завдяки чому особі легше формувати раціональне ставлення до відповідних подій і простіше до них адаптуватися. Окрім цього, такий спосіб адаптації залучає емоційну (емпатія, співпереживання тощо) сферу особи, що полегшує значною мірою долання наслідків воєнного конфлікту. Головними особливостями використання медіа спільнотою з таким вектором адаптації є перегляд новин в інтернеті і використання соціальної мережі Facebook (вступ до відповідних груп, підписка на новини від лідерів думок, поширення перевіреного медіаконтенту).

2. *Вектор адаптації спільноти з деструктивними проявами*, який базується на патерналістсько-негативістській та уникливій особливостях взаємодії з медіаконтентом. Такий спосіб адаптації характеризується двома різними проявами. Перший – через сприймання подій, пов'язаних з воєнним конфліктом, у негативний спосіб: постійна критика дій влади, пошук і створення негативного медіаконтенту, постійне висунення вимог до держави щодо полегшення свого життя, а отже, перекладання труднощів адаптації із себе на когось, бажання уникнути зусиль. Другий прояв цієї стратегії – це уникання активності і намагання робити вигляд, ніби нічого не відбувається, неспроможність визнати стресогенні фактори і відтермінування активного процесу адаптації до цих факторів. Серед найбільш поширених особливостей взаємодії з медіа в цьому векторі адаптації – перегляд українського і російського телебачення, використання соціальних мереж “Вконтакті” і “Однокласники” (поширення нейтрального контенту, перегляд художніх фільмів тощо), ознайомлення з повідомленнями на форумах та участь у форум-обговореннях.

3. *Проміжний адаптаційний вектор*, пов'язаний з емоційно-інтуїтивною психологічною особливістю взаємодії з медіа (може включати елементи перших двох векторів адаптації). Головними характеристиками цього вектора є несистемний характер взаємодії, сильний вплив емоційних факторів і відсутність в особі чітко сформованого ставлення до подій, пов'язаних з воєнним конфліктом. Цей вектор дає змогу адаптуватися до другорядних проявів воєнного конфлікту, а не до його істотних, значущих наслідків. Отож його можна розглядати як передумову формування більш глибоких адаптаційних процесів, згаданих вище. Для представників спільноти з таким вектором адаптації характерним є залучення до широкого спектра медіа, але при цьому несистемне й епізодичне їх використання.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Застосування медіа характеризується певними психологічними особливостями взаємодії особи з ними. Їх можна розглядати як наявні в психологічній організації функціональні засоби використання медіа для опанування медіаконтенту, пов'язаного з воєнним конфліктом, і формування відповідного ставлення до нього.

Виявлено п'ять психологічних особливостей взаємодії спільноти з медіа, які мають різний рівень прояву залежно від віку, матеріального забезпечення, найбільш використовуваних медіа тощо. "Патерналістсько-негативістська" особливість взаємодії з медіа характеризується негативним ставленням до споживаного медіаконтенту і перекладанням відповідальності за нього на державу, тоді як "униклива" особливість спирається на бажання особи свідомо обмежити себе у використанні медіа, щоб уникнути натрапляння на медіаконтент, пов'язаний з воєнним конфліктом. Прояв цих особливостей більшою мірою притаманний спільнотам з низьким рівнем матеріального забезпечення, які часто дивляться російське телебачення і відвідують соціальні мережі "Вконтакті" і "Однокласники". Такі особливості взаємодії з медіа, як "раціонально-емпатійна" і "споглядальна", характеризуються оперуванням широким масивом медіаконтенту, раціональним оцінюванням споживаної інформації або її накопиченням для формування подальшого ставлення. Такі особливості частіше проявляються в спільнотах із середнім і високим рівнем матеріального забезпечення, де провідними медіазвичками є використання інтернету для пошуку новин, соціальних мереж Facebook і Twitter, а також онлайн-перегляд телебачення. "Емоційно-інтуїтивна" особливість спирається на сталі звички використання медіа, які продукують емоційні реакції на споживаний медіаконтент у вигляді проявів жалю, співчуття, співпереживання. Ця особливість притаманна спільноті, яка використовує медіа у вигляді перегляду загальнонаціонального телебачення і не має життєвого досвіду взаємодії з вразливими групами населення (внутрішньо переміщеними особами, учасниками бойових дій тощо).

Визначено базові вектори адаптації спільноти до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі взаємодії з медіа: продуктивний вектор, який характеризується раціональним використанням медіа та емпатійним ставленням до внутрішньо переміщених осіб, а також споглядальною позицією, що проявляється у використанні різноманітних медіа для накопичення інформації та в нейтральній оцінці медіаконтенту, що споживається; вектор адаптації з деструктивними проявами, зміст якого визначається патерналістським ставленням до медіаконтенту, його хаотичним споживанням, негативним ставленням до переселених осіб і перекладанням відповідальності на державні інституції, а також позицією уникнення, що проявляється в усвідомленому обмеженні використовуваних медіа, у відсутності виразного ставлення до подій, пов'язаних із наслідками воєнного конфлікту; проміжний адаптаційний вектор, особливостями якого є емоційно-інтуїтивна позиція, що виявляється в інтуїтивному пошуку і взаємодії з медіаконтентом, а ставлення до соціально-політичних подій у країні ґрунтується на емоційних факторах (співпереживання, співчуття, жалість).

Перспективи дальших досліджень вбачаємо у вивченні соціально-психологічних засобів нарощування продуктивного вектора взаємодії спільноти з медіа в умовах воєнного конфлікту і знаходженні механізмів впливу на деструктивні аспекти взаємодії з медіа.

Список використаних джерел

Белинская, Е. П. (2013). Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие. *Психологические исследования*, 6 (30). Взято из <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/858-belinskaya30.html>

Бююль, А., & Цефель, П. (2005). *SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей*. Санкт-Петербург: ДиаСофтЮП.

Кузнецова, Ю. М., & Чудова, Н. В. (2008). *Психология жителей Интернета*. Москва: Изд-во ЛКИ.

Мищишин, І., & Троханяк, Н. (2006). Медіаосвіта як засіб формування медіакультури сучасної молоді. *Вісник Львівського ун-ту*, 21(1), 161–166.

Найдьонова, Л. А., & Баришполец, О. Т. (Ред.). (2010). *Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник*. Київ: Міленіум.

Найдьонова, Л. А. (2013). *Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник*. Кіровоград: Імекс-ЛТД.

Наследов, А. Д. (2004). *Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных*. Санкт-Петербург: Речь.

References

Belinskaya, Ye. P. (2013). Informatsionnaya sotsializatsiya podrostkov: opyt polzovaniya sotsialnymi setyami i psikhologicheskoye blagopoluchiye [Information socialization of adolescents: the experience of using social networks and psychological well-being]. *Psychological research*, 6(30). Retrieved from <http://psystudy.ru/index.php/num/2013v6n30/858-belinskaya30.html>. (in Russian)

Byuyul, A., & Tsefel, P. (2005). *SPSS: iskusstvo obrabotki informatsii. Analiz statisticheskikh dannykh i vosstanovleniye skrytykh zakonornostey* [SPSS: information processing art. Analysis of statistical data and restoration of hidden patterns]. St. Petersburg: DiaSoftYup. (in Russian)

Kuznetsova, Yu. M., & Chudova N. V. (2008). *Psikhologiya zhiteley Interneta* [Psychology of the inhabitants of the Internet]. Moscow: Izdatelstvo LKI. (in Russian)

Myshchyshyn, I., & Trokhaniak, N. (2006). Mediaosvita yak zasib formuvannya mediakultury suchasnoi molodi [Media education as a means of forming the media culture of modern youth]. *Visnyk of Lviv University*, 21 (1), 161–166. (in Ukrainian)

Nasledov, A. D. (2004). *Matematicheskiye metody psikhologicheskogo issledovaniya. Analiz i interpretatsiya dannykh* [Mathematical methods of psychological research. Data analysis and interpretation]. St. Petersburg: Rech. (in Russian)

Naydonova, L. A., & Baryshpolets, O. T. (2010). *Mediakultura osobystosti: sotsialno-psykholohichniy pidkhid: navchalno-metodychniy posibnyk* [Media culture of a personality: socio-psychological approach: educational and methodical manual]. Kyiv: Milenium. (in Ukrainian)

Naydonova, L. A. (2013). *Mediapsykholohiia: osnovy refleksyvnoho pidkhodu: pidruchnyk* [Media Psychology: The Basis of Reflexive Approach]. Kirovohrad: Imeks-LTD. (in Ukrainian)