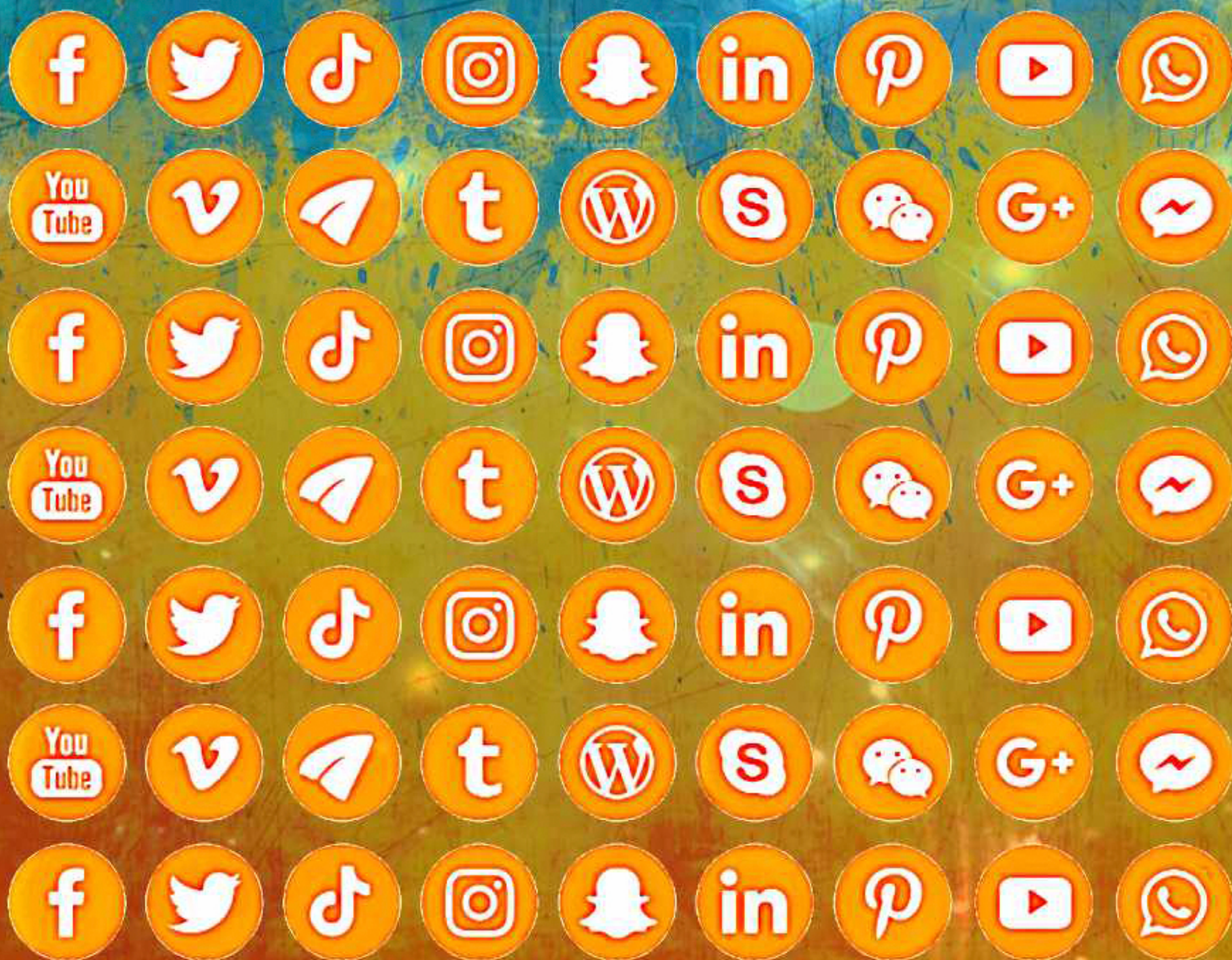


Н.І. Череповська

ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ ЦИФРОВОЇ ДОБИ: ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ РОЗВИТКУ



НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Н. І. ЧЕРЕПОВСЬКА

**ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ
ЦИФРОВОЇ ДОБИ:
ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ РОЗВИТКУ**

Навчально-методичний посібник

Кропивницький – 2023

Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
протокол № 3/23 від 28.02.2023 р.

Рецензенти:

*П. П. Горностай, доктор психологічних наук;
К. О. Журба, доктор психологічних наук;
Н. В. Пророк, доктор психологічних наук;
В. В. Зеленін, кандидат психологічних наук;
І. Р. Субашкевич, кандидат психологічних наук*

Череповська Н. І.

Ч 46

Патріотизм молоді цифрової доби: інноваційні засоби розвитку :
навчально-методичний посібник / Н. І. Череповська ; Національна
академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної
психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД , 2023. – 154 с.

ISBN 978-966-189-694-8

Актуальність посібника зумовлена викликами цифрової доби та російсько-українською війною (й інформаційно-ідеологічною зокрема). Метою представленого в посібнику курсу є розвиток патріотизму особистості та її патріотичної активності в інформаційному інтерактивному просторі. Для досягнення мети пропонується арсенал інноваційних засобів, основу яких становить рефлексивний підхід, спрямований на формування патріотичної самосвідомості старших підлітків та здобуття ними нових когнітивно-інструментальних якостей.

Адресується вчителям закладів освіти, соціальним педагогам і соціальним працівникам, медіапедагогам та особам, чия діяльність пов'язана зі сферою національно-патріотичного виховання молоді.

ISBN 978-966-189-694-8

УДК 316.752:172.15+37.091.2

© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2023

© Череповська Н. І., 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДНЄ СЛОВО (Л. А. Найдьонова)	5
ВСТУП	8
ЧАСТИНА 1	
Патріотизм молоді цифрової доби	11
1.1. Патріотизм як соціокультурний феномен.....	12
1.2. Цифрова доба: нові можливості прояву патріотизму в кіберпросторі	16
1.3. Інноваційні засоби розвитку патріотизму цифрової доби	24
ЧАСТИНА 2	
Розвиток патріотичної активності молоді в кіберпросторі	29
Вступ до теми. Кіберсоціалізація	30
Тема 1. Соціалізація і кіберсоціалізація особистості.....	31
Тема 2. Прояв патріотизму в кіберпросторі	33
Модуль 1. Збереження і поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах.....	36
Тема 1. Патріотична активність молоді в інтерактивному інформаційному середовищі	37
Тема 2. Медіаконтент як інструмент активності патріота цифрової доби в інформаційному інтерактивному просторі.....	40
Тема 3. Поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах.....	44
Модуль 2. Захист інформаційного простору від ворожої пропаганди в соціальних мережах.....	50
Тема 1. Інформаційна війна.....	50
Тема 2. Пропаганда як надпотужна зброя інформаційної війни	53
Тема 3. Захист інформаційного простору від ворожої пропаганди в соціальних мережах.....	56
Модуль 3. Творення нових, оновлення традиційних українських символів: медіаторчість.....	61
Тема 1. Творчість і медіаторчість	62
Тема 2. Активізація творчого мислення та уяви	66
Тема 3. Творення оригінального проукраїнського медіаконтенту	70
Підсумкова частина	
Конкурс медіапроектів патріотичного змісту	78
ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ	82
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	91

ДОДАТКИ	96
Додаток 1	96
1.1. Навчально-тематичний план курсу «Патріот цифрової доби»	96
1.2. Результати всеукраїнського експерименту дослідження патріотизму учнівської молоді та її патріотичної активності в соціальних мережах (2018–2020 рр.)	97
1.3. Приклад класифікації основних видів медіа- та цифрової продукції	98
Додаток 2	99
2.1. Основні методи сучасної інформаційно-психологічної війни	99
2.2. Техніка «Саморегуляція уваги режиму сприймання різноформатного медіаконтенту»	100
2.3. Техніка «Шість принципів побудови пропаганди»	101
2.4. Графічне зображення пропаганди за її гаслами: сучасна українська пропаганда	102
2.5. Види пропаганди за способом презентації	105
2.6. Техніка «Як відрізнити пропаганду від інформування»	106
2.7. Техніка «Рефлексія емоцій і почуттів»	107
2.8. Основні правила самозахисту від пропаганди	108
Додаток 3	109
3.1. Принцип «запозичення» в медіамистецтві	109
3.2. Принцип «компіляції» в медіамистецтві	114
3.3. Фотоконкурс 2021 «Моя рідна Україна»	116
3.4. Сучасна медіаторчість: мисленнєві дії аналогізування	119
3.5. Сучасна медіаторчість: мисленнєві дії комбінування	121
3.6. Сучасна медіаторчість: мисленнєві дії реконструювання	129
3.7. Активізація творчого мислення та уяви: оновлення традиційних образів	135
3.8. Активізація творчого мислення та уяви: оновлення образів видатних українців	136
3.9. Активізація творчого мислення та уяви: творення нових символічних образів	138
3.10. Стимулювання креативного завдання: кольори Прапора України	142
3.11. Стимулювання креативного завдання: оригінальна мапа України	146
3.12. Стимулювання креативного завдання: оновлений образ Тризуба	148
3.13. Методика «Мозковий штурм»	151
3.14. Методика «Діаграма»	152
3.15. Методика «На що схоже?»	153

ПЕРЕДНЄ СЛОВО

Патріотизм. Сьогодні це питання викликає палкі дискусії. Змінюється контекст життя – змінюється наповнення давно усталених понять. Неправомірно з'ясовувати в дискусіях – хто більший патріот: той, хто знає достеменно українську історію, відстоює українську мову, створює українськомовну художню чи наукову продукцію, чи той, хто все життя розмовляв російською і пішов на фронт захищати свою країну від нападу агресора. Може бути патріотизм економічний, мистецький, інформаційний – патріотизм має єднати, а не розділяти. Патріотизм – це моральне почуття, глибинна емоція єднання себе з великою групою ідентичності. Він може бути цілісним і всеохопним, а може стосуватися окремих сторін життя. Сьогодні важливий патріотизм громадян України, оскільки стосується він політичної нації, а не етнічних чи родових великих груп.

Чи всяка зумовлена патріотичними почуттями поведінка в інформаційному просторі є проявом патріотизму і допомогою країні, яка воює? Якщо ми прагнемо підтримати країну, маємо робити це грамотно, а не ставати несвідомо, «з найкращих міркувань» учасниками ворожих спецоперацій, які ставлять за мету маніпулювання нашими почуттями. Багато хто через недостатній рівень медіаграмотності своїми діями поповнює число «корисних ідіотів», які перепощують ворожі наративи. Не розуміючи достеменно, що відбувається в інформаційному полі, ми мимоволі можемо ставати мішенями кібербулінгу (цькування, знущань і нападів з наміром принизити й дошкулити, вдарити по больових точках і завдати найбільшої психологічної шкоди). Ризиків в інформаційному полі, де також можуть реалізовуватися патріотичні почуття, дуже багато. І це завдання дорослих – підготувати дитину до здорової інформаційної поведінки і взаємодії.

Можна було б дискутувати над теоретичними питаннями. І я впевнена, що ці дискусії обов'язково будуть – на найвищому інтелектуальному рівні, за високими методологічними стандартами. Це дуже важливо для самої галузі (і для психології, і для освіти) і для практики. Що ж до практики, то важливі також і конкретні алгоритми, інструкції: «що», «як» і «для чого» робити з підлітками зараз. Особливо з підлітками, яким так важливо відчувати себе дорослими, брати участь у захисті Вітчизни, але яким ще не вистачає зрілості для цього.

Світова спільнота давно визначилася, що залучення дітей до участі в бойових діях – це злочин. Якщо дорослим важко повернутися до мирного життя, то у дітей, підлітків, які переступили межу знелюднення і вбивали ворогів, структура психіки практично не піддається відновленню. У дитини чи підлітка ще немає потрібних психічних новоутворень, які є в дорослого, через що їм важко вибудувати нову психічну структуру, придатну для мирного життя після участі в бойових діях. Тому маємо стримувати патріотичний героїзм дітей. Стримувати і спрямовувати в річище інформаційного патріотизму (патріотичної поведінки в інформаційному просторі), споживання і створення українського контенту, з відчуттям і розвитком української ідентичності.

Завдання патріотичного виховання не індоктринація ідеєю, а створення умов для формування свідомості з її механізмами критичного мислення, ціннісної ієрархії мотивів і моральних імперативів, пропрацьованої ідентичності, поінформованості про закони інформаційного простору. Потрібен також і набір умінь медіаграмотної особистості, і арсенал відповідних інструментів, і належний рівень майстерності. Щоб ті емоції, які ми відчуваємо в інформаційному середовищі, приводили не до розпачу, відчаю і вигорання, а до усвідомлення і посилення свого морального вибору та потрібних країні дій. Саме тому підліткам потрібні уміння, які можуть бути розвинуті в медіаосвітньому напрямі інформаційного патріотизму. А вчителі потребують чітких методичних рекомендацій: як це зробити з повагою до гідності й

почуттів дитини і підлітка, забезпечуючи організацію розвивального середовища, яке психологічно підтримує, а не пригнічує.

Завдання посібника – оснастити педагога медіапродукцією, яка пройшла експертизу і щодо якої визначено ключові напрями її використання (а також застереження, де використання вже не відповідає актуальним інтересам дитини). Інноваційність посібника полягає в тому, що в ньому використано рефлексивні технології організації полілогу з учнями, рефлексивні завдання для формування умінь і розвитку самосвідомості у сфері сприймання і створення патріотичних медіаконтентів. Творчі заняття пропонується проводити на основі сучасних підходів медіатизованого мистецтва, медіаарту тощо (адаптованих до вікової аудиторії).

Актуальність і затребуваність таких наукоємних і практично спрямованих розробок є дуже високими. Упевнена, що посібник знайде свого вдячного читача.

*Л. А. Найдьонова,
доктор психологічних наук*

ВСТУП

Понад 30 років тому Україна стала самостійною державою, проте й досі їй доводиться виборювати свою незалежність. Нині країна не тільки перебуває у стані «гарячої» фази війни, зазнаючи руйнівних ударів з боку країни-агресора, а й під її постійним руйнівним інформаційним, ідеологічним впливом. В умовах шаленого психологічного тиску через традиційні й новітні медіа, спрямованого на знищення національної ідентичності українського суспільства, постає нагальна потреба не тільки у визначенні засад державної інформаційної політики щодо протидії агресивному впливу ворожої пропаганди, розробленні інноваційних підходів до формування системи захисту та розвитку інформаційного простору України, підвищенні рівня медіаграмотності суспільства загалом (що знайшло відображення в *Указі Президента України № 47 від 25 лютого 2017 р. про затвердження рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Доктрину інформаційної безпеки України»*), а й у системному впровадженні національно-патріотичного виховання молоді.

З метою активного, цілеспрямованого впровадження національно-патріотичного виховання молоді, стимулювання її патріотичної активності з 2015 року в Україні на державному рівні започатковано шерег заходів. Їх виконання регламентується низкою державних документів, передусім *Указом Президента України «Про стратегію розвитку національно-патріотичного виховання української молоді»* (2015), *Концепцією національно-патріотичного виховання дітей та молоді* (2019) та іншими важливими документами. Також в Україні створено одну з перших програм патріотичного виховання дітей та учнівської молоді (Бех, & Чорна, 2015).

Кабінет Міністрів України 30 червня 2021 року ухвалив *Державну цільову соціальну програму національно-патріотичного виховання на період до 2025 року*, у якій зазначено актуальність підготовки педагогічних кадрів до

реалізації загальнодержавної політики щодо удосконалення та розвитку національно-патріотичного виховання. Для реалізації мети Державної програми національно-патріотичного виховання визначено такі пріоритетні завдання: формування української громадянської ідентичності; військово-патріотичне виховання як формування у громадян готовності до захисту України; формування науково-методологічних і методичних засад національно-патріотичного виховання; співпраця органів державної і місцевої влади з інститутами громадянського суспільства щодо національно-патріотичного виховання. Виконання цих пріоритетних завдань, зокрема формування науково-методологічних і методичних засад національно-патріотичного виховання, передбачає включення проблематики національно-патріотичного виховання в дослідницькі програми та плани наукових установ і закладів освіти (*Про затвердження Державної цільової соціальної програми національно-патріотичного виховання на період до 2025 року* (2021).

На початку 2023 року набув чинності Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності», у якому, а саме в статті 9, визначено мету та особливості національно-патріотичного виховання як формування й утвердження української національної та громадянської ідентичності (*Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності»*) (2022).

Вищезазначені документи стали нормативно-правовою базою національно-патріотичного виховання молоді в Україні, а також виразним свідченням того, що держава переймається питанням виховання патріотизму молоді, піклується про майбутнє нації. Крім того, вони спонукають до проведення наукових досліджень патріотизму в Україні, стимулюють до новітніх розробок методичного, практичного інструментарію для вчителів закладів освіти, осіб, які працюють у сфері національно-патріотичного виховання молоді.

Представлений посібник – один із багатьох у сучасному методичному інструментарії, що ставить за мету виховання патріотизму молоді. Проте він має незаперечну особливість, оскільки спрямований на розвиток патріотизму молоді саме цифрової доби. Тобто такого патріотизму, який відповідає новим цивілізаційним умовам і викликам часу, а саме патріотизму молоді та її патріотичної активності в кіберпросторі. Зокрема, у посібнику представлено інноваційні засоби, спрямовані на розвиток патріотичної особистості старших підлітків, набуття ними нових когнітивно-інструментальних якостей. Методи, спрямовані на досягнення цієї мети, спираються на принцип рефлексивного підходу, що становить певну інновацію з погляду методики національно-патріотичного виховання молоді.

Структура посібника така: вступ, два розділи – теоретичного і практичного спрямування, практичні рекомендації, список використаних і рекомендованих джерел, додатки.

У вступі обґрунтовується актуальність патріотичного виховання молоді в Україні, що знайшло відображення в низці нормативно-правових документів.

Перший розділ, присвячений короткому аналізу феномену патріотизму, в загальних рисах характеризує особливості прояву патріотизму молоді цифрової доби в соціальних онлайн-мережах, а також розкриває суть інноваційних засобів розвитку патріотизму старших підлітків.

Другий розділ практичного спрямування охоплює три тематичних модулі розвитку патріотичної активності в інтерактивному середовищі, розвивальний ефект яких полягає в застосуванні інноваційних засобів. Також розділ містить Вступ до курсу і Завершення у форматі Конкурсу проєктів патріотичного змісту, створених учнівською молоддю протягом вивчення курсу.

Практичні рекомендації містять коментарі психологічного, комунікативного та організаційного характеру. У додатках наведено переважно ілюстративний матеріал, який є візуальним супроводом до практичних занять. Для опрацювання курсу розвитку патріотизму передбачено 30 годин (Додаток 1).

ЧАСТИНА 1

ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ ЦИФРОВОЇ ДОБИ

В умовах гібридної, зокрема інформаційно-ідеологічної, війни як шаленого психологічного тиску на суспільство з боку агресора патріотизм громадян набуває стратегічно важливого значення у збереженні національної ідентичності українців. Патріотизм, як позитивне ставлення до Батьківщини, система переконань і світоглядних позицій особистості, стає дієвою альтернативою реальним загрозам руйнування свідомості нації і здатен згуртовувати громадян на відбудову Української незалежної держави. Саме тому національно-патріотичне виховання молоді є наразі таким затребуваним в українському суспільстві, а його розвиток зумовлений соціальним запитом.

Водночас, на думку українських ідеологів, кожна історична доба висуває свої вимоги щодо розвитку базових якостей патріота (Донцов, 1936). Також патріотизм особистості може набувати нових форм актуалізації, відмінних від усталених, – таких, які відповідають потребам сучасності. Сьогодні потужним фактором соціалізації як розвитку світоглядної ідентичності молоді стає вплив інформаційного простору з його медійними та інформаційними технологіями, а також кіберсоціалізація як набуття і засвоєння молоддю ментального досвіду через різноманітний контент в інтернет-спільнотах. Найбільш вагомими агентами впливу на ціннісно-смыслову сферу особистості нині є традиційні (переважно телебачення, дещо меншою мірою – кіно) і новітні (передусім соціальні мережі в інтернеті, тематичні блоги, інтернет-видання тощо) медіа.

Проводячи багато часу в кіберпросторі, сучасна людина, особливо молода, ризикує підпасти під вплив небажаних глобалізаційних тенденцій, а також зазнати небезпечного ідеологічного впливу ворожої пропаганди та

маніпуляцій. Це становить певну соціальну проблему і підводить до думки про необхідність не тільки розвитку медіаграмотності молодого покоління, а й формування в нього практичних навичок для оптимального прояву патріотизму, який зможе конструктивно функціонувати в інформаційному інтерактивному середовищі.

1.1. Патріотизм як соціокультурний феномен

Патріотизм, як і багато інших ідей і понять європейської цивілізації, походить з античної культури: від *античного грец.* (πατριώτης) і *грец.* (πατρίς) – співвітчизник, а також від *лат.* (patria) – батьківщина.

Найчастіше вживаним, сучасним визначенням патріотизму є таке: патріотизм – це громадянське почуття, змістом якого є любов до Батьківщини і готовність пожертвувати своїми інтересами заради неї, відданість своєму народові, гордість за надбання національної культури, особливе емоційне переживання своєї належності до країни і свого громадянства, мови, історії, традицій, готовність діяти в інтересах вітчизни і, якщо буде потрібно, стати на її захист (*Патріотизм*).

Отже, у філософії патріотизм як категорію визначають через загальний принцип емоційної та морально-етичної прив'язаності до батьківщини, який визначає особу як свідомого громадянина. Водночас патріотизм як наукове поняття слід вважати найбільш абстрактним і складним теоретичним об'єктом, який виробило людство. Він розвивається в процесі взаємодії особистісно-психологічної і соціально-природної сфер буття людини, тобто є як особистісним, так і суспільним феноменом (*Колодій О., 2010*). Тому в розумінні феномену патріотизму як єдиного утворення індивідуальної і суспільної свідомості, як почуттів і суспільного морального принципу, як поєднання суспільної цінності патріотизму та особистості патріота багато українських дослідників спираються саме на інтегральний підхід, що знайшло належне

відображення в їхньому науковому доробку (Боришевський, 1999; Петранговський, 2002).

Про патріотизм як багатопланове й багатовимірне явище свідчать численні дослідження, у яких акцентується на його різних особливостях прояву, різновидах. Так, досить поширеною є думка, що всім людям притаманний «природний» патріотизм – як природна схильність людини виявляти прив'язаність до свого, знайомого з дитинства. Такий патріотизм тяжіє до ідентифікації особистості виключно з рідним краєм, на відміну, наприклад, від «державного» (офіційного) патріотизму як любові до своєї держави, країни, гордості за неї. Тому від «природного» до «державного» патріотизму лежить значний шлях духовно-морального розвитку особистості (Колодій А., 2004). «Природний» патріотизм є переважно емоційним і часто густо розвивається стихійно, без цілеспрямованого виховного впливу, і тому може бути як «здоровим», так і «хворобливим» (Ващенко, 1954). Тут можна пригадати численні прояви нерозвиненого «природного» патріотизму, зокрема «будьмо-гейний!», «галушковий/шлунковий», «хутірський», «сентиментальний/зітхальний» (Гонський, 2010), а також спотворений «диванний» патріотизм (Дубинянський, 2016) та ін. Ці різновиди «природного» патріотизму зазвичай ніколи не переходять у громадянську позицію і дієві вчинки, тож їх належить вважати інфантильними. Прикладами «хворобливого», але вже агресивного патріотизму є «ура-патріотизм», шовінізм, нацизм.

До речі, дехто із спеціалістів розрізняє патріотизм «державний» і «державницький». Якщо «державний» уособлює офіційну версію держави щодо патріотизму нації, то «державницький» – ґрунтується на державній ідеології, лояльності до влади, підтримці будь-якої урядової політики і, отже, є дуже близьким до «імперського». Так само «імперський» патріотизм, по суті, є шовіністичним, тобто вивисує свою націю, державу над іншими, возвеличує все своє і принижує інших.

На думку низки дослідників, для українців характерним є саме «суспільний»/«цивільний» патріотизм, схожий з «громадянським»

патріотизмом у США, який більшою мірою спрямований на людей, громаду, суспільство (Колодій А., 2004; Череповська, 2017).

Крім того, у науковій термінології досить поширеним є поняття «територіального» патріотизму, яке дослідники розробляли в різних площинах: від «землеробського» (як найдавнішого), «полісного» (з античних часів) до «регіонального» (як любові до свого краю/регіону народження/проживання: Криму, Донбасу, Галичини, Поділля та ін.). Проте дехто з авторів «територіальний» патріотизм пов'язує вже з країною/державою (Липинський, 1925; Малиновський, 2013; Трощинський, 2007).

Також варто звернути увагу на ще один специфічний вид патріотизму – «мілітарний» (або військовий), спрямований на професійний збройний захист держави. Він забезпечується військово-патріотичним вихованням і складанням присяги професійними військовими вірно служити своїй Батьківщині, своєму народові і за потреби покласти за це своє життя. Це вид дієвого патріотизму, акцентований на професійній готовності особистості захищати територіальну цілісність країни, свій народ, а також на її психологічній готовності загинути за Батьківщину (Череповська, 2017). Наближений до цього виду патріотизму щодо професійного захисту держави, але вже в іншій сфері та іншого практичного змісту, «кіберпатріотизм» (CyberPatriot, 2022).

Узагальнюючи цей далеко не повний перелік «патріотизмів», робимо проміжний висновок: категорію патріотизму можна розглядати не тільки під кутом зору філософії, а й з боку суспільних наук, з позицій педагогіки, психології та інших сфер гуманітарного знання. Тому патріотизм досліджують у різних інтелектуальних галузях.

Так, в історичному аспекті патріотизм розглядають як формування прив'язаності до релігії своїх предків, землі/території свого народження, рідної мови, народних традицій та культури. Дослідники вважають патріотизм найбільш важливим соціально-історичним феноменом, який у різні історичні епохи мав неоднаковий соціальний і класовий зміст (Ващенко, 1954; Колодій А., 2004).

Сучасна філософська думка презентує патріотизм як суспільний і моральний принцип, який характеризує ставлення людей до своєї країни та проявляється в певному способі дій і складному комплексі суспільних почуттів, що узагальнено називається любов'ю до своєї батьківщини.

У соціальному аспекті патріотизм розглядають як певне моральне ставлення людини, певної соціальної групи до батьківщини. На думку соціальних психологів, особистість набуває патріотичні почуття передусім під впливом соціального середовища, виховання, а також цілеспрямованої соціалізації.

Педагогічна галузь робить акцент на процесі системного виховання патріотизму підростаючого покоління й наголошує на розвитку духовно-моральних цінностей саме громадянина, використовуючи для цього як засоби народної педагогіки, так і апробацію новітніх навчально-виховних технологій.

Психологія розглядає патріотизм переважно з позиції вікових особливостей розвитку духовно-моральних цінностей молоді; досліджує зміст психологічних чинників, роль яких виконує певна, життєво важлива ідея, що вирізняється соціально позитивним змістом, має морально цінне навантаження, спричиняє розвивальний ефект, а також може конструктивно впливати на систему особистості загалом (Боришевський, 1999); досліджує механізми розвитку патріотизму особистості (мотиви, інтереси, прагнення, ідеали та інші стимули); розробляє практичні рекомендації щодо формування усталених і нових патріотичних якостей патріота. Також психологія досліджує патріотизм як багатовимірну, багатокомпонентну, але цілісну систему якостей особистості, яка об'єднує емоційно-почуттєву, ментально-когнітивну (інтелектуальну), мотиваційно-дієву (діяльно-поведінкову) сфери її функціонування (Ващенко, 1954; Гонський, 2012; Череповська, 2017).

Нова галузь психології – медіапсихологія – розглядає патріотизм молоді в контексті медіаграмотності й критичного мислення особистості зокрема як нової когнітивної якості сучасного патріота (Череповська, 2017).

Ідея патріотизму в різні історичні часи посідала важливе місце в житті будь-якої держави, виконуючи функцію захисту/консолідації суспільства. Разом з тим кожна історична доба вимагала від патріота, окрім любові до батьківщини, готовності жертвувати своїми інтересами заради неї, специфічних якостей, які б відповідали саме актуальним викликам. Так, наприклад, у ХХ ст. від українських патріотів, крім патріотичних переконань, спрямованих на здобуття Української самостійної держави, вимагалися фізичний гарт, володіння зброєю, сила духу (*Донцов, 1936*). Нині ці якості, незважаючи на їхню актуальність в умовах «гарячої» фази російсько-української війни, дещо поступилися новим, не менш актуальним – когнітивно-інструментальним якостям ведення війни іншого формату – інформаційної.

Передумовою для виникнення нової якості патріота – конструктивної патріотичної активності в кіберпросторі – стала нова сторінка цивілізації, яка змінила спосіб життя людини, смисли і цінності самого її буття, а також способи розв’язання воєнно-політичних, ідеологічних конфліктів. Ідеться про стрімкий розвиток технологій, що сприяв переходу людства до нової – цифрової – доби.

1.2. Цифрова доба: нові можливості прояву патріотизму в кіберпросторі

Цифрова доба прийшла на зміну постіндустріальному періоду розвитку цивілізації в кінці ХХ – на початку ХХІ століття. Її важливою ознакою став технологічний прогрес, зумовлений розвитком обчислювальних та цифрових технологій, які створили нові умови існування, праці та комунікації людини. Цифрові інформаційні технології сприяли істотній трансформації навчальної, практичної, виробничої, інтелектуальної, творчої діяльності, побуту людини, а також її духовної сфери й патріотизму зокрема. Суть трансформації полягає в тому, що завдяки цифровим технологіям багато видів людської діяльності і комунікацій частково «перемістилися» в інший – цифровий – простір. Зокрема,

морально-етичні прояви людини у формі патріотичної активності стали масово актуалізуватися в кіберсоціальній реальності (CSR).

Усе це стимулювало не тільки створення нової моделі взаємовідносин між індивідами на особистому, внутрішньогруповому і міжгруповому рівнях, а й масове занурення людей цивілізованого світу в цифрову реальність. Вони стали присвячувати їй чимало свого часу, «проживаючи» в умовній реальності та витрачаючи при цьому значну частку свого життя.

Нині цифрові технології для більшості людства стали життєво важливими і фактично безальтернативними. Статистика свідчить, що за минулий рік кількість користувачів соціальних медіа на всій планеті зросла на 227 млн і досягла 4,7 млрд осіб. Очікують, що з появою більш доступних технологій їх кількість буде тільки зростати. Найбільш привабливими об'єктами техногенного поступу, крім отримання інформації, для переважної більшості людей стали соціальні мережі як середовище для спілкування з новими можливостями.

Зокрема, серед українців на початку липня 2022 р. рейтинг популярності соціальних мереж виглядав так: YouTube охоплював 28 млн споживачів; Instagram – понад 16,1 млн; Facebook – 15,45 млн; TikTok – понад 10,55 млн. До речі, практика показує, що багато людей можуть використовувати не одну і навіть не дві, а декілька соціальних платформ. Повномасштабне вторгнення РФ в Україну зумовило відчутне зростання використання соціальних мереж як джерела новин. Наприклад, у 2023 р. вже 76,6 % українців використовували соціальні мережі як джерело інформації (*Муджирі, 2022; Снопок, 2022*).

Отже, цифрова доба сприяла не тільки виникненню цифрового суспільства загалом, а й функціональному оновленню різних видів людської діяльності й духовно-моральних практик зокрема. Завдяки цифровим технологіям став можливим і новий, техногенний, світ, у якому саме й актуалізується багатогранне і розмаїте «життя» кіберсоціального суспільства. Ідеться про кіберпростір.

Кіберпростір (*CiberSpace*) – «надпростір», кібернетичний, умовний простір, так званий «третій світ», який не пов'язаний з якоюсь певною територією реального світу, однак завдяки інтернет-технологіям є доступним практично для кожної людини в будь-якій частині світу у форматі іншої, віртуальної, реальності. Цей простір функціонує завдяки комп'ютерним системам та електронним комунікаціям, які забезпечує мережа Інтернет. Кіберпростір, по суті, становить *інтерактивне інформаційне середовище*, яке дає людям змогу здійснювати комунікації та/або реалізовувати суспільні відносини, а також отримувати інформацію, поширювати її, обмінюватися думками, гуртуватися у віртуальні спільноти за інтересами, переконаннями, просувати власні ідеї, купляти-продавати, знайомитися, навчатися, проходити різноманітні тренінги/практики та багато іншого. У цьому контексті йдеться передусім про умовне часткове перенесення духовно-моральних практик людини з реального світу в інтерактивний. Тому нині, в умовах російсько-української війни, можна спостерігати масовий прояв патріотичної активності українців і молоді зокрема і в кіберпросторі. Кіберпростір, який максимально розширив формати комунікації та спілкування між людьми, водночас спричинив виникнення такого соціокультурного, цифрового феномену, як кіберсоціалізація.

Кіберсоціалізація – віртуальна комп'ютерна соціалізація, специфікою якої є представленість і вплив факторів кіберпростору на процес соціалізації особистості та її морально-духовні цінності зокрема. Це процес формування особистості під впливом соціального середовища цифрового суспільства. Першим кроком є адаптація та активне засвоєння людиною кіберсоціального досвіду, ролей, норм, цінностей. Другим – подальша інтерпретація вже засвоєного, щоб успішно функціонувати в цьому віртуальному суспільстві (*Девтеров, 2010; 2012*). Саме тому кіберсоціалізація суттєво відрізняється від усталених первинної і вторинної соціалізації, які здійснюються в реальному світі. Так, первинна соціалізація відбувається ще в дитинстві – у родинному оточенні, дошкільних закладах, у колі друзів. Пізніше, у більш дорослому віці,

людина проходить вторинну соціалізацію завдяки різним соціальним інституціям: закладам освіти, професійним і виробничим установам, армії, громадським організаціям і рухам, партіям, під впливом певних субкультур тощо. Натомість кіберсоціалізація може одночасно охоплювати як етап первинної соціалізації (багато сучасних дітей мають індивідуальні гаджети і доступ до інтернету), так і вторинної, яка відбувається протягом усього дорослого життя людини (Найдьонова, 2020).

Важливо зазначити, що кіберсоціалізація молоді і дорослих часто-густо відбувається в умовах шкідливого впливу, зокрема в умовах психологічної, ідеологічної війни, яка розгортається саме на теренах інформаційного простору і спрямована щонайменше на зміну світоглядних позицій, переконань особистості, а щонайбільше – на руйнацію національної ідентичності суспільства. Така війна стає сучасною інформаційною війною.

Інформаційна війна, як техногенний соціокультурний феномен, набула виразних, упізнаваних обрисів після Другої світової війни в період конфронтації провідних держав, передусім США і СРСР. Тоді вона називалася «холодною», «психологічною», бо її метою було ідеологічно впливати на аудиторію супротивника на відстані, переважно через радіостанції («Голос Америки», БіБіСі, «Дойче велле» тощо) та інші засоби пропаганди. З часом, із розвитком інформаційних комп'ютерних технологій, «психологічна» війна набула статусу «інформаційної» і стала першою тотальною війною, яка не має територіальних кордонів і просторових обмежень. Саме тому вона стала надважливим та обов'язковим складником сучасної гібридної війни. Її головними завданнями донедавна були: 1) *психологічний вплив* на свідомість людини, групи, суспільство загалом переважно через ЗМІ та соціальні мережі; 2) *техногенний вплив* на канали комунікації, електронні інформаційні системи шляхом вірусних атак та інших кібервтручань (Горностай, 2022; Магда, 2015; Почепцов, 2000; 2018).

Однак завдяки революційним змінам у кібертехнологіях інформаційна війна вже у XXI столітті чітко розділилася за змістом і функціями на

«інформаційну» війну (як ідеологічну, пропагандивну) і власне «кібервійну» (як війну технологій). Відмінність між цими війнами полягає в різному цільовому спрямуванні на різні об'єкти впливу і різних засобах впливу. Якщо метою інформаційної війни є *ідеологічний, психологічний вплив* на свідомість великих і малих груп своєї/іншої держави переважно через ЗМІ та соціальні мережі, то метою кібервійни є *техногенний вплив* на об'єкти виробничої, промислової структури, інфраструктури соціального, військового та фінансового призначення, канали комунікації, електронні інформаційні системи тощо. Крім того, провідними засобами ведення інформаційної війни є *різноформатний пропагандивний, маніпулятивний контент*, спрямований на зміну свідомості суспільства шляхом нав'язування певних наративів (Горностай, 2015; Куляс, 2018; Почепцов, 2016). Натомість провідними засобами кібервійни вважають *вірусні атаки та інші кібервтручання*, в основі яких лежить певний програмний код, спрямований на руйнування, порушення функціонування стратегічних матеріальних об'єктів або перехоплення керування ними.

Отже, якщо метафорично ці війни можна означити як «війна ідеологічних інформаційних контентів» і «війна техногенних програмних кодів», то, відповідно, логічним буде й припущення, що в кожній війні є «свої» патріоти: «інформаційні» патріоти і «кіберпатріоти». Так, наприклад, на «користь» кіберпатріотів у США під егідою AFA (Air Force Associations) створено The National youth Cyber Education Program CyberPatriot, засновано спеціальний центр, де молодих патріотів готують у галузі саме кібербезпеки, що має важливе значення для країни і її майбутнього. Також додатково створено спеціальні програми, спрямовані на кіберпросвітницьку діяльність: для дітей початкової школи – видання спеціальної літератури, брошур, ігор; для підлітків – організація літніх таборів, де вони на практиці вивчають основи кібербезпеки; окремі програми охоплюють аудиторію літніх людей і волонтерів (CyberPatriot, 2022). Було б логічним, за аналогією до американської кіберпросвітницької ініціативи, зі свого боку розпочати просвітницьку діяльність серед молоді з

підготовки саме «інформаційних» патріотів з метою оптимізації патріотичної активності молоді з просування українського контенту в соціальних мережах. Тим більше, що до цього об'єктивно спонукає активна фаза інформаційної війни з боку РФ на тлі повномасштабної, «гарячої».

Підсумовуючи все вищевикладене, можна в загальних рисах окреслити **концептуальну модель патріотизму цифрової доби** і патріотичної активності молоді в інтерактивному інформаційному середовищі зокрема.

Отже, ми вважаємо, що соціокультурний феномен сучасного патріотизму цифрової доби, який актуалізується в інформаційному інтерактивному середовищі, тісно пов'язаний з іншими, історично значущими, соціокультурними феноменами, такими як: «цифрова доба», «інтерактивне інформаційне середовище / кіберпростір», «кіберсоціалізація», «інформаційна війна». Так, цифрова доба дала людині змогу проявляти своє ставлення до батьківщини, свої світоглядні позиції, переконання, а також патріотичні дії в іншій, додатковій, реальності кіберпростору, що зумовлено розвитком обчислювальних та цифрових технологій. Соціальні онлайн-мережі кіберпростору передусім забезпечують патріотів майданчиком для здійснення духовно-моральних практик, допомагають їм не тільки знайти однодумців, а й пропонують різні формати для спілкування з ними. Крім того, інтерактивне інформаційне середовище кіберпростору надає інформацію – безліч різноманітного медіаконтенту патріотичного змісту і будь-якого формату: фото, зображення, відео, стріми, текстові матеріали, художні і документальні стрічки, прямі трансляції подій, флешмобів тощо. Власне, кіберсоціалізація сприяє процесу самостійної/стихійної патріотизації особистості, незалежно від ціннісних моральних устоїв у родині або рівня національно-патріотичного виховання в школі, коледжі, виші. Інформаційна війна, яка ведеться наразі проти України, передусім у ЗМІ та кіберпросторі, потенційно активізує патріотизм молоді, стимулює її активність не тільки в реальності, а й безпосередньо на умовній території «інформаційної битви» за свідомість українців в інформаційному просторі інтернету.

То що ж таке патріотизм цифрової доби?

По-перше, його *суттю*, як соціально-психологічного утворення, залишаються: ставлення до Батьківщини, усвідомлені певні морально-етичні цінності й світоглядні позиції, а також дії, спрямовані на підтвердження своїх патріотичних переконань.

По-друге, це патріотизм, який в умовах розвитку цифрових технологій дістав змогу *масово проявлятися*, актуалізуватися в іншій реальності у форматі патріотичної активності споживачів інтернету в техногенному інтерактивному інформаційному середовищі. Патріотична активність реалізується: 1) через активізацію «лайків/дизлайків» як емоційної реакції на чийсь контент; написання коментарів до чужих постів; постинг / поширення проукраїнського, патріотичного контенту; 2) викриття і знешкодження ворожої пропаганди; 3) поширення українських цінностей і смислів шляхом створення власного контенту та ін. У такий спосіб патріотизм молоді цифрової доби дістав змогу для свого прояву в іншій реальності.

Отже, *патріотизм цифрової доби як актуалізація патріотичної активності в інтерактивному інформаційному середовищі* є способом прояву реальних патріотичних якостей особистості, але в штучно створеному світі кіберпростору. Тобто патріотична активність в інтерактивному інформаційному середовищі (робочий термін – «*інформаційний патріотизм*») не є якимось окремим видом патріотизму, на зразок територіального чи державного, або мілітарного чи ідеалістичного тощо. Вона, за своєю суттю, є проєкцією, віддзеркаленням у кіберпросторі саме тих набутих якостей патріота, які вже йому властиві.

Так, наприклад, якщо розвиток патріотизму людини в реальному житті залишився на рівні бурхливих емоцій, то й у соціальних мережах такий патріот матиме статус «диванного» патріота. Навпаки, якщо людина має свідомі, чіткі патріотичні переконання і погляди, вона буде їх виражати, просувати й у кіберпросторі. Або, якщо людина не патріот, то вона і в мережах буде постити «котиків-собачок» тощо. Буває й так, що людина, хоч і патріотична, чомусь в

інтернет-середовищі не позиціонує своїх поглядів, не проявляє себе саме як патріота. Причини можуть бути різними: від боягузтва/обережності не «засвітитися» перед колегами-начальством до позиції, коли патріот не розглядає інформаційне середовище як ресурс для просування українських цінностей, можливість спротиву пропагандивним впливам, а «вузько» використовує соціальні мережі (виключно для спілкування з родичами чи суто за професійними інтересами, або для комерційних цілей тощо). Іншим варіантом пасивної позиції патріота в кіберпросторі може бути його низький рівень медіаактивності (*Вознесенська, 2011*) або ж недостатній рівень комп'ютерної грамотності.

Інша річ – патріотично налаштовані діти, молодь. Почуваючись патріотами своєї країни, вони далеко не завжди і не всі можуть зреалізувати свій патріотизм, наприклад, у значних донатах, бо самі ще не заробляють. Водночас відомо багато випадків, коли саме діти жертвують чималі накопичені, подаровані власні кошти на ЗСУ, «заробляють», продаючи власні іграшки, співаючи на вулиці, а більш старші діти з патріотичних родин потроху донатять з власних невеличких заощаджень. І це дуже-дуже добре, що зростає така чудова молодь! Однак це не можна назвати масовим явищем: це справді випадки, хоча й поширені, які періодично висвітлюють по телебаченню, і саме тому ми дізнаємося про деяких наших маленьких героїв. До того ж підлітки не можуть самотійно брати участь у вуличних заходах, акціях, протестах, бо через зрозумілі причини батьки не дозволяють цього.

Тому доступною альтернативою саме масовому дієвому прояву патріотизму молоді є її патріотична активність у соціальних онлайн-мережах. Саме там, у кіберпросторі, патріотично налаштована учнівська молодь може проявляти свою дієвість більш ефективно, ніж у реальному житті. За бажанням – хоч щодня! Це: поширення корисної інформації проукраїнського контенту, протидія і знешкодження ворожої пропаганди, просування українських цінностей у кіберпросторі за допомогою власноруч створеного оригінального медіаконтенту, спілкування з однодумцями в чатах, організація патріотичного

флешмобу в школі і його проведення, обговорення важливої події, фільму тощо. Саме тому дієвий складник актуалізації патріотизму підлітків в інтерактивному просторі робить його більш результативним, ефективним. Що, зрозуміло, є дуже важливим для самореалізації патріотично налаштованої молоді, та навіть і для деяких дорослих патріотів!

Тому стратегічною метою розвитку патріотизму молоді цифрової доби є, на нашу думку, розвиток її оптимальної, конструктивної патріотичної активності в кіберпросторі, яка реалізується за допомогою розробленого комплексу інноваційних засобів.

1.3. Інноваційні засоби розвитку патріотизму цифрової доби

Важливо зазначити, що теоретичних або практичних напрацювань психолого-педагогічного змісту, які б висвітлювали соціокультурний феномен патріотичної активності молоді в кіберпросторі і давали змогу зорієнтуватися, у якому напрямі і за допомогою яких засобів доцільно розвивати такий патріотизм молоді, ми не виявили. Тому постало завдання розробити такий практичний інструментарій розвитку патріотизму, який відповідав би новим викликам часу, а саме сприяв розвитку *конструктивної* патріотичної активності молоді в кіберпросторі і соціальних онлайн-мережах зокрема. Відповідно, розвиток патріотизму молоді цифрової доби ми розглядаємо з позиції інновацій: якщо нова доба надала нові можливості для самореалізації людини, то мають бути й нові інструменти забезпечення успішності цього процесу.

У контексті окресленої нами проблеми інновація розвитку патріотизму молоді полягає в застосуванні *рефлексивного підходу*. У його основі лежить рефлексія як психологічний механізм, суть якого – у внутрішній роботі особистості, спрямованій на осмислення себе, своєї поведінки, власних дій і станів, на самопізнання власного духовного світу, аналіз практичного

життєвого досвіду, подій, а також осягнення суб'єктом самого себе й довільну зміну своєї екзистенційної позиції (*Рефлексія як психологічний механізм*). Саме цей механізм здатний активізувати внутрішній процес особистості як для осмислення нею певної задачі (інтелектуальної, комунікативної, творчої тощо), так і для самоосмислення себе (своїх досягнень, помилок, нових можливостей, самовизначення, самоідентифікації і т.ін.). Усе це сприяє саморозвитку рефлектуючої особистості, а відповідно і процесу її самовдосконалення.

Важливо зазначити, що використання рефлексивного підходу і рефлексивних методів також зумовлене психологічними особливостями розвитку дітей старшого підліткового віку. Саме в цьому віці у підлітків виникає неабиякий інтерес до самого себе, до своєї особистості, з'являється потреба оцінити себе, порівняти з іншими, бажання розібратися у своїх почуттях і переживаннях. Для старших підлітків характерними ознаками є не тільки схильність до самоаналізу, а й здатність до самовиховання. Важливо також, що рефлексія уявлення про «себе можливого» може впливати на саморозвиток «себе теперішнього» і мотивувати до певних дій задля саморозвитку. Крім того, у старших підлітків виникає зацікавленість щодо внутрішнього світу інших людей, потреба порівняти себе з ними, дізнатися про їхні уявлення про себе (*Найдьонова, 2015*).

Також у дітей цього віку завершується період формування соціально-моральних оцінок, що стає передумовою їхнього подальшого духовного розвитку. Такі ознаки психологічного розвитку дітей старшого підліткового віку є надзвичайно важливими в контексті патріотичного виховання й розвитку патріотичної самосвідомості зокрема. Саме цей віковий період – від 14-15 до 17-18 років – є для дітей сенситивним, важливим для розвитку високих моральних почуттів і світоглядних позицій.

Саме рефлексивні практики патріотичного змісту, спрямовані на самопізнання, самооцінювання та взаєморозуміння в спілкуванні з іншими, здатні підвести особистість до свідомого патріотичного самовизначення. Тому вважаємо доцільним застосування рефлексивного підходу в процесі розвитку

патріотизму старших підлітків. Варто додати, що системні рефлексивні практики патріотичного змісту можуть значною мірою оптимізувати усталені форми роботи в галузі національно-патріотичного виховання молоді загалом.

У нашому посібнику рефлексивні методи представлено як інструмент розвитку патріотизму молоді та її патріотичної активності в інформаційному інтерактивному просторі зокрема. Вони ґрунтуються на активізації таких видів рефлексії, як інтелектуальна, особистісна, міжсуб'єктна/комунікативна, а також змішаного типу (Найдьонова, 2015; Череповська, 2023).

Інтелектуальна рефлексія, як сприймання, аналіз інформації (ситуації/події), порівняння з власним досвідом, критична перевірка результату аналізу та узагальнення, виникає під час вирішення інтелектуальних завдань. Для розвитку патріотизму, актуалізації інтелектуальної рефлексії ми вважаємо досить ефективними такі методи: мінілекція, аналіз та обговорення візуального й іншого дидактичного матеріалу, аналітично-практичні завдання, відповіді на запитання та ін. Реалізація цих методів, як надання інформації, так і відповідей, передбачає фронтальну форму організації роботи.

Особистісна рефлексія здійснюється завдяки самоаналізу: підліток аналізує себе, свої емоції, почуття, думки, дії, вчинки, свої морально-етичні позиції. Реалізується за допомогою таких методів: написання есе, виконання вправ на рефлексію емоцій і почуттів, на саморегуляцію уваги, а також виконання індивідуальних домашніх завдань та ін. Тобто йдеться більшою мірою про індивідуальну форму виконання завдань.

Комунікативна рефлексія передбачає активність з боку особистості як аналіз поведінки і вчинків інших, міркування про ставлення до себе з боку інших, своє ставлення до інших, спрямування на оптимальне спілкування. Здійснюється за допомогою методів дискусії, діалогу/полілогу, виконання аналітико-практичних завдань. Передбачає фронтальну і групову форми організації роботи.

Змішаний вид рефлексії – інтелектуально-особистісно-комунікативний – виникає в ситуаціях, коли потрібно: аналізувати інформацію, висувати

індивідуальні креативні ідеї, відстоювати власні пропозиції, зважаючи водночас на думки інших учасників групи. Реалізується за допомогою методу стимулювання творчої активності, який спрямовує учнів на пошук ідей, образів, розроблення проєктів та їх колективного втілення у патріотичний медіаконтент (Череповська, 2021b; 2021c). Організація роботи – фронтально-групова.

Також важливо зазначити, що будь-яка рефлексія, як внутрішній процес, передбачає автокомунікацію у вигляді постановки запитань особи до самої себе. Наприклад:

1) рефлексивна практика, спрямована на *аналіз* будь-якого об'єкта чи інформації, передбачає застосування таких прийомів критичного, розумного мислення, як: висунення тез, знаходження аргументів на їхню користь, оцінювання аргументів та доведення тез/тверджень; запитання до себе в процесі аналітичної роботи можуть бути такими: чи правомірним є припущення?; чи маю я аргументи на його користь?; які є більш влучними?;

2) рефлексія на *самоосмислення* особою себе самої може виявлятися через такі запитання: як я ставлюся до цього?; чому?; що я про це думаю?; яке це має для мене значення?; якими можуть бути наслідки для мене, якщо...?; що/то мені заважає?; хто/що мені допомагає, надихає? Головною умовою рефлексії на самоосмислення, на нашу думку, є чесні відповіді самому собі.

Застосування рефлексивного підходу в контексті розвитку патріотизму сприяє морально-духовному саморозвитку підлітків, спрямованих передусім на самовизначення себе як українських патріотів, усвідомлення своїх цілей, дій, поведінки, на конструктивне спілкування з однодумцями, іншими однолітками як у реальному житті, так і в кіберпросторі.

Інноваційні засоби, засновані на принципі рефлексії, сприяють не тільки розвитку психічних новоутворень особистості, як-от патріотична самосвідомість (хоча це і є головним завданням), а й розвитку провідних когнітивно-інструментальних функцій інформаційного патріотизму для здійснення саме конструктивної патріотичної активності в інформаційному інтерактивному середовищі. Це: оптимальний постинг як поширення контенту

проукраїнського, патріотичного змісту, ефективна протидія поширенню ворожої пропаганди, просування українських цінностей і смислів через створення нового, оригінального патріотичного медіаконтенту.

Розроблений і представлений у наступній частині посібника *курс розвитку патріотизму молоді цифрової доби* містить спрямовані на оптимізацію цього процесу методичні напрацювання, структуровані у вступі, трьох розвивальних модулях, а також підсумковому заході у форматі конкурсу учнівських робіт і групових проєктів.

І на завершення: кіберпростір є, на нашу думку, значно потужнішим агентом соціалізації, а точніше кіберсоціалізації, порівняно з усталеними інституціями первинної і вторинної соціалізації. Він призводить до масового занурення дітей і молоді в інформаційні потоки, приєднання до нових соціальних онлайн-мереж, платформ для спілкування, а отже, стихійно і не завжди однозначно впливає на розвиток їхніх морально-духовних цінностей і патріотизму зокрема. Тому освіта і власне медіаосвіта мають неодмінно очолити цей процес і взяти на себе функцію опосередкованого керування інформаційною поведінкою особистості з перспективою трансформації процесу керування в самокерування (Слюсаревський, 2013).

ЧАСТИНА 2

РОЗВИТОК ПАТРІОТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДІ В КІБЕРПРОСТОРІ

Розвиток патріотизму цифрової доби, спрямований на оптимізацію патріотичної активності молоді в інтерактивному інформаційному середовищі, запропоновано здійснювати за допомогою інноваційних засобів. Інноваційність засобів розвитку патріотизму молоді полягає в застосуванні рефлексивного підходу, основою якого є актуалізація і розвиток різних типів рефлексії – інтелектуальної, особистісної, комунікативної, а також рефлексії змішаного типу. Активізація психологічного механізму рефлексії особистості під час занять здійснюється за допомогою таких методів і прийомів, як-от: мінілекції і практичні завдання, написання есе і проведення дискусій, короткі обговорення і стимулювання за допомогою відповідних прийомів креативного мислення та ін.

Застосування цих методів і прийомів передбачає фронтальну, групову та індивідуальну форми організації роботи з аудиторією. Виконання домашніх завдань планується як в індивідуальній, так і груповій формах роботи.

Суть рефлексії як психологічного механізму організації самоаналізу відповідає віковим особливостям психологічного розвитку старших підлітків, спрямованих на самопізнання, усвідомлення своїх цілей, дій та поведінки, спілкування з іншими, а також самовизначення себе у сфері духовно-моральних цінностей. Тому застосування рефлексивного підходу сприятиме розвитку патріотизму молоді як у реальному житті, так і в кіберпросторі.

Усі запропоновані в посібнику засоби розвитку патріотизму старших підлітків зосереджені передусім на розвитку психічних новоутворень і зокрема їхньої патріотичної самосвідомості. Водночас прояв патріотизму особистості в

нових умовах – у кіберпросторі – вимагає від патріота цифрової доби і нових патріотичних – когнітивно-інструментальних – якостей. Серед цих якостей: загальна медіаграмотність і технічно-інструментальна зокрема; інформаційна гігієна як уміння обирати правильну інформацію й уникати хибної; розвинене критичне мислення як здатність аналізувати, робити самостійні висновки; уміння виявляти і знешкоджувати ворожу пропаганду, маніпуляції; поширювати якісний проукраїнський контент; уміння створювати власні патріотичні різноформатні медіаконтенти тощо. Тобто йдеться передусім про вміння грамотно створювати, опрацьовувати й поширювати власний контент в інформаційному полі цифрової реальності, бо завжди маємо пам'ятати: інформаційно-психологічна війна – це саме «війна контентів».

Не менш важливими є розвинені вміння оптимальної комунікації молоді в різних інтернет-форматах кіберпростору й соціальних мережах зокрема.

Усі ці якості здатні забезпечити конструктивну патріотичну активність учнівської молоді цифрової доби в кіберпросторі, яка реалізуються завдяки поширенню українського медіаконтенту, захисту українського інформаційного простору від ворожої пропаганди, просуванню українських цінностей і смислів через власний оригінальний патріотичний медіаконтент.

2.1. Вступ до теми. Кіберсоціалізація

Мета: *введення до загальної теми щодо особливостей прояву патріотизму цифрової доби та інноваційних засобів розвитку патріотичної активності молоді в кіберпросторі.*

Завдання: *ознайомити з новою формою соціалізації – кіберсоціалізацією; дати уявлення про когнітивні, комунікативні, поведінкові новоутворення молоді, народженої у XXI столітті; інформувати про вплив кіберсоціалізації на формування патріотизму, а також нові можливості патріотизму в кіберпросторі.*

Тема 1. Соціалізація і кіберсоціалізація особистості (45 хв.)

Мета: *ознайомити* з феноменом кіберсоціалізації та її впливом на сучасне покоління молоді.

Завдання теми: дати *уявлення* про новий феномен – феномен кіберсоціалізації; самостійно *опрацювати* і закріпити на практиці когнітивні, комунікативні, поведінкові особливості сучасного покоління; *стимулювати* учнів щодо креативного пошуку розв’язання проблемних ситуацій.

Послідовність проведення:

Інформація (10 хв.)

Соціалізація як засвоєння зразків і норм соціальної взаємодії. Етапи соціалізації: первинна і вторинна соціалізація. Агенти первинної соціалізації – батьки, друзі, близьке оточення; агенти вторинної – дитсадок, школа, виш, армія, трудовий колектив, громадські, політичні організації та інші соціальні інституції.

Нині завдяки розвитку цифрових технологій з’явилися нові агенти соціалізації – інформаційні інтерактивні середовища / соціальні мережі. Вони сприяли виникненню нової форми соціалізації – кіберсоціалізації. Кіберсоціалізація особистості має важливу особливість: вона не є черговою соціалізацією після вторинної соціалізації, а навпаки – охоплює, умовно «покриває» усталені види соціалізації – як первинну, так і вторинну.

Тому сьогодні не тільки молодь, а навіть діти молодшого віку, якщо вони мають особисті гаджети, можуть набувати певного соціального досвіду поза традиційними соціальними інституціями, що істотно впливає на їхній морально-духовний розвиток (Найдьонова, 2020). Так, в умовах кіберсоціалізації патріотизм особистості може стихійно формуватися (або зміцнюватися) у різному віці, незалежно від первинної чи вторинної соціалізації.

Запитання для короткого обговорення (5 хв.)

Які ресурси і ризики пов’язані з процесом кіберсоціалізації?

Інформація (5 хв.), фронціальна організація

Теорія поколінь, як і попередній досвід людства загалом, стверджує, що покоління людей, народжених приблизно в один часовий/історичний період, під впливом соціальних, культурних тенденцій розвитку суспільства мають спільні світоглядні, поведінкові, комунікативні, когнітивні риси, які відрізняють одне покоління від іншого. За визначенням авторів теорії поколінь, діти, народжені після 2005 року, в період масового поширення інтернету, мають виразні когнітивні, комунікативні, поведінкові відмінності від попередніх поколінь X та Y і становлять покоління Z, яких часто називають «зети», «зумери». Діти покоління Z не уявляють світ і свій спосіб життя без комп'ютерів, гаджетів, інтернету, на відміну від своїх батьків, що «зростали» ще на телебаченні, тим більше – дідусів-бабусь, які в часи своєї молодості знали лише дротовий телефон, кінотеатр, телевізор.

Аналітична практична робота (25 хв.), фронтально-групова

Мета: *розкрити* унікальність кожного покоління; *вчити* бачити когнітивні, комунікативні, поведінкові відмінності поколінь; *спонукати* знаходити креативні рішення у розв'язанні проблеми порозуміння, оптимальної комунікації між представниками поколінь.

1. За допомогою гаджетів знайти і визначити особливості поколінь.

Перша група: аналізує дідусів-бабусь, так званих «бєбі-бумєрів», народжених у другій половині XX ст.

Друга група: аналізує їхніх онуків («зєтів»), народжених після 2005 року.

Аналіз в обох групах здійснюють за однаковими критеріями: особливості діяльності, комунікації, поведінки, інтересів, морально-духовних цінностей покоління, що досліджується.

2. Записати на дошці результати опрацювання інформації щодо особливостей кожного покоління.

3. Проаналізувати й визначити спільне і відмінне в когнітивній, поведінковій, комунікативній та інших сферах зазначених поколінь. Які з виявлених особливостей в обох групах можуть сприяти або заважати успішній комунікації між ними?

Креативне підбиття підсумків у форматі пропозицій:

Як саме / завдяки чому можна поліпшити комунікативну, поведінкову взаємодію між обома поколіннями, оптимізувати їхню спільну діяльність?

Тема 2. Прояв патріотизму в кіберпросторі (45 хв.)

Мета: *ознайомити* з феноменом прояву патріотизму в іншій, новій, реальності «третього» світу.

Завдання: *розкрити* суть патріотизму як системи психологічних якостей людини; *ознайомити* з новими проявами патріотизму в кіберпросторі; *виявити* когнітивні, комунікативні, поведінкові особливості сучасного покоління та їхній імовірний вплив на розвиток патріотизму.

Інформація (10 хв.)

У процесі соціалізації формуються не тільки зразки і норми поведінки особистості в її взаємодії із соціумом, а також система морально-духовних цінностей і патріотизм зокрема. У сучасних українських реаліях роль патріотизму важко переоцінити. Патріотизм у широкому розумінні – це любов до Батьківщини, її культури, мови, традицій, шанобливе ставлення до її історії, героїв, готовність жертвувати своїми інтересами заради неї, бути свідомим громадянином своєї держави. У психологічному аспекті патріотизм можна розглядати як систему духовно-моральних складників особистості, які потрібно розвивати. Це такі:

емоційно-почуття у ставленні, любові до Батьківщини;

ментально-когнітивні якості особистості як свідоме самовизначення себе патріотом, набуття патріотичних переконань, світоглядних позицій;

мотиваційно-дієвий компонент як здійснення добрих справ на благо Батьківщини, готовність у разі потреби до її захисту, а також безпосередній захист зі зброєю в руках (Гонський, 2011; Череповська, 2017).

В умовах кіберсоціалізації патріотизм цифрової доби, як і багато інших духовних практик людини, дістав змогу актуалізуватися в кіберпросторі й водночас набув дещо інших проявів своїх складників.

Так, любов до Батьківщини в іншій реальності опосередковано виражається через уподобання всього українського в кіберпросторі: контенту будь-якого формату (пости, новини, зображення, світлини, відео, фільми, стикери, гіфки, анімація, символіка для прикрашання сторінки, аватарки); емоційний складник реалізується також через уподобання патріотичних, проукраїнських груп, сторінок, мережевих спільнот тощо.

Патріотичне самовизначення особистості в інтерактивному просторі починається з її сторінки в соціальних мережах: це передусім мова спілкування – українська, візуальна презентація сторінки (аватарка, заставка, застосування символіки – хоча й не обов'язково). Однак найважливішим є наявність у стрічці проукраїнського, патріотичного контенту, який презентує автора сторінки як патріота.

Дієвий складник патріотизму особистості в кіберреальності також проявляється опосередковано. Це насамперед створення українського патріотичного контенту на своїй сторінці та активне його поширення, протидія ворожій пропаганді в кіберпросторі. А також участь у патріотичних акціях за актуальними тегами, у флешмобах, волонтерських проєктах та ін.

Написання есе (10 хв.), індивідуальна організація

Коли і за яких обставин я вперше усвідомив/ла, що люблю Україну? (Альтернатива: Чому я не люблю Україну?). Короткі виступи за бажанням.

Дискусія (20 хв.), фронтальна організація

«Сильні» і «слабкі» особливості сучасного покоління щодо саморозвитку патріотизму.

1. Найвиразніша перевага сучасної молоді перед попередніми поколіннями.

2. Найбільш вразлива психологічна особливість сучасної молоді.

3. Які психологічні особливості сучасної молоді можуть стати в пригоді сучасному патріоту України.

4. Яким чином патріотизм у кіберпросторі може стати для учнівської молоді більш дієвим, ніж у реальному житті, зокрема в умовах війни?

Аналітична практична робота (5 хв.), *групова організація*

Розділити аудиторію на групи. Опрацювати питання: Як учителям потрібно проводити надалі заняття, щоб сучасним учням, умовним «зетам», було не нудно, а цікаво й корисно? Озвучити зафіксовані «пропозиції».

Рекомендований візуальний супровід до кожної теми вступної частини:

Презентація: Етапи соціалізації і кіберсоціалізація. (Педагог робить самостійно)

Презентація: Психологічні особливості сучасного покоління: переваги і ризики «зетів». (Педагог робить самостійно)

Презентація: Психологічний аспект патріотизму особистості як три провідні складники, які потрібно розвивати: емоційно-почуттєвий, ментально-когнітивний, мотиваційно-дієвий. (Педагог робить самостійно).

Домашнє завдання:

1. Створити креативну презентацію «Кіберсоціалізація». (*Групове*).

2. Ознайомитися в інтернеті з інформацією про «теорію поколінь». Особливу увагу звернути на шерег поколінь – від «бебі-бумерів» і до сучасних «зетів». Проаналізувати інформацію. Написати есе: «Когнітивно-поведінкові особливості різних поколінь у повсякденному житті: що найбільше вражає і до якого висновку підводить». Можна навести як приклади членів власної родини. (*Індивідуальне*).

3. Патріотичний проєкт практичного значення «Патріоти України» для використання на класних годинах, під час проведення тематичних шкільних заходів у форматі візуальних презентацій. Варіанти для кожної групи: 1) історичні постаті; 2) діячі української культури, мистецтва, науки; 2) сучасні герої: Майдану, російсько-української війни 2014–202...». (*Групове*).

Очікувані результати

Учні: *розуміють* сутність патріотизму особистості в психологічному аспекті як його актуалізацію через емоції і почуття, світоглядні позиції і морально-етичні принципи, готовність до дій і самі дії на благо Батьківщини; *розуміють* умовну трансформацію патріотизму цифрової доби як його прояв в іншій, техногенній, кіберреальності; *розуміють* роль дієвого патріотизму під час війни і його переваги в кіберпросторі зокрема; *знають* про феномени соціалізації, кіберсоціалізації та їхні відмінності; *мають уявлення* про когнітивні, регулятивні, поведінкові особливості покоління «Z»; *уміють* аналізувати специфіку когнітивних особливостей нового покоління і креативно їх переосмислювати; *уміють* рефлексувати свої емоції і думки та лаконічно вербалізувати їх у тексті; *уміють* конструктивно працювати в команді в аудиторії і під час виконання групових домашніх завдань.

Модуль 1

Збереження і поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах

Мета: розвивати конструктивну патріотичну активність у соціальних мережах за допомогою адекватного поширення патріотичного медіаконтенту.

Завдання модуля: дати *уявлення* про особливості цифрової доби і патріотичну активність молоді в інтерактивному середовищі; *розкрити* суть конструктивного прояву патріотизму через провідні функції; дати *уявлення* про медіаконтент як провідний інструмент патріота, його техногенні особливості, а також різні формати патріотичного змісту; *опанувати функцію* оптимального поширення патріотичного медіаконтенту; *розвивати* рефлексивні здібності щодо патріотичного самовизначення, саморегуляції патріотичної активності.

Тема 1. Патріотична активність молоді в інтерактивному інформаційному середовищі (90 хв.)

Мета: *розвивати* патріотизм молоді цифрової доби; *ознайомити* з феноменом патріотичної активності в кіберпросторі та її провідними функціями.

Завдання теми: дати уявлення про цифрову добу і нові можливості патріотизму у форматі його прояву в інформаційному інтерактивному середовищі; *розкрити* сутність патріотичної активності в кіберсередовищі через її провідні функції.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.)

Цифрова доба, яка постала внаслідок розвитку інформаційно-цифрових технологій, стала четвертою віхою в історії людства. Вона сприяла виникненню таких феноменів, як кіберпростір, кіберсоціалізація, інтерактивне інформаційне середовище, інтенсифікація інформаційних воєн та ін. Новітні технології цифрової доби створили нову, нематеріальну реальність і нові умови для актуалізації та подальшої трансформації багатьох видів людської діяльності: навчання, праці, творчості, спілкування – у новому, цифровому форматі. Також це стосується і прояву морально-етичних практик і патріотизму зокрема. Цифрова доба дала людині змогу актуалізувати – проявляти свій патріотизм в іншій реальності – і сприяла виникненню такого нового соціокультурного феномену, як патріотична активність в інтерактивному інформаційному середовищі. Тому нині можна спостерігати масову патріотичну активність молодого покоління, яка актуалізується в іншій реальності й соціальних мережах зокрема. Що треба знати про патріотичну активність у кіберпросторі? По-перше, вона є проявом реальних патріотичних якостей, властивих особистості; по-друге, опосередкована технологіями, вона проявляється дещо по-іншому в іншому вимірі іншої реальності. Її синонімами є інформаційний патріотизм як такий, що актуалізується суто в інформаційному інтерактивному просторі. Суть цього виду патріотизму полягає в активному просуванні

українського, патріотичного медіаконтенту, а також комунікації з однодумцями в кіберпросторі.

Коротке обговорення (10 хв.), фронтальна організація

Питання для обговорення:

Які етапи цивілізаційного розвитку людства передували цифровій добі?

Чому «доаграрну» добу не вважають цивілізаційним етапом?

Чому цифровий простір називають «третім» світом і чим він відрізняється від штучного світу «другої» природи?

Написання есе (10 хв.), індивідуальна робота

Які можливості для самовираження дає мені цифровий простір і в який спосіб я виражаю свій патріотизм у соціальних мережах? (Якщо не виражаю патріотизм у соціальних мережах, то чому?)

Мінілекція (10 хв.), фронтальна організація

Патріотична активність як суб'єктивний феномен у цифровому просторі являє собою активізацію тих самих якостей і психологічних складників усталеного розуміння патріотизму. Так, емоційно-почуттєвий складник як *любов* до Батьківщини в кіберпросторі опосередковано проявляється через *уподобання* українського медіаконтенту, продукції українського виробництва та ін. Ментально-когнітивний складник як *усвідомлення* себе патріотом України, критичне ставлення до осмислення її історії, сучасних подій в інформаційному просторі реалізується через *принципове ставлення* до, наприклад, розважального медіаконтенту, який походить з країни-агресора, *критичне осмислення* інформації про події у своїй країні. Відповідно, мотиваційно-дієвий складник патріотизму особистості характеризує такі її риси, як *готовність* захищати країну зі зброєю в руках, жертвувати своїми інтересами заради країни, а також реалізацію конкретних *дій* у реальному житті заради її блага. У площині цифрового інтерактивного простору мотивація молоді пов'язана із *захистом* українського інформаційного простору від ворожої пропаганди. Зрозуміло, що патріотичні дії в кіберпросторі відрізняються від патріотичних дій у реальному світі, і не тільки за змістом, а й функціонально. Так, *дієвість*

цифрового патріота полягає передусім у поширенні патріотичного медіаконтенту. Не менш значущим є оновлення традиційних українських символів та образів, а також створення і поширення оригінального патріотичного медіаконтенту як просування українських цінностей і сенсів в інформаційному просторі.

Тобто патріотична активність людини в цифровому просторі не замінює патріотизму у звичному розумінні, а навпаки, доповнює його, розширює можливості його прояву в іншій реальності цифрового простору. Головною перевагою актуалізації патріотизму в інтерактивному середовищі є саме активізація його дієвого складника.

Написання есе (10 хв.), індивідуальна робота

Чи проявляєш ти свій патріотизм у соціальних мережах і в який спосіб? (Альтернатива: Чому ти не позиціонуєш себе як патріота в кіберпросторі?). Озвучення за бажанням.

Аналітична робота (10 хв.), фронтальна організація

Аналіз інфографіки: патріотична активність молоді в кіберпросторі протягом 2018–2020 років

Мета: навчити аналізувати статистичні дані, робити висновки, бачити позитивні тенденції.

1. Порівняльний аналіз та висновки щодо результатів емпіричного дослідження патріотичної активності учнів у кіберпросторі. Презентація: Інформаційний патріотизм 2018–2020 (Додаток 1.1, Рисунок 2). Акцентуємо саме на позитивному зростанні кількісних показників.

2. Декілька запитань на зразок:

Чому, на вашу думку, ...?, Що, на вашу думку, могло сприяти...? Як ви вважаєте, чи морально переглядати російський розважальний медіаконтент? Чому важливо відстежувати новини?

Інформація (5 хв.), фронтальна

Провідними функціями патріотичної активності в соціальних мережах є спрямування особистості:

1) на збереження й поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах;

2) на захист інформаційного простору від ворожої пропаганди як активація критичного, автономного мислення в її виявленні та «знешкодженні»;

3) на просування українських цінностей як популяризація традиційних і створення нових українських символів і сенсів у форматі створеного візуального, вербалізованого, змішаного медіаконтенту патріотичного змісту.

Дискусія: Інформаційний vs «диванний» патріотизми (25 хв.)

Суть інформаційного патріотизму як патріотичної активності в інтернет-середовищі. Суть «диванного» патріотизму.

Схожість між двома феноменами.

Відмінність між двома феноменами.

Як можна уникнути «диванності» в особистому патріотизмі?

Тема 2. Медіаконтент як інструмент активності патріота цифрової доби в інформаційному інтерактивному просторі (90 хв.)

Мета: ознайомити з поняттями медійної та інформаційної грамотності.

Завдання теми: розвивати медіаінформаційну грамотність; дати розуміння того, що патріотичний медіаконтент у цифровому просторі є не тільки інструментом комунікації: він може виконувати роль інформаційної «зброї»; розвивати рефлексивні вміння щодо конструктивної роботи в групі.

Послідовність проведення:

Мінілекція (15 хв.)

Медіатекст і медіаконтент. Медіаконтент – це те, що наповнює медіатекст. (Метафора: медіатекст як посудина, а медіаконтент – її вміст). Медіатекст – це «повідомлення» загалом й елемент конкретного об'єкта медіапродукції зокрема. Медіатекст створюють за допомогою традиційних медіа і новітніх технологій, тому він має різну техногенну природу.

Медіатекст класифікують за видами його технічного походження: фотографія, кінематограф, телебачення, інтернет. Відповідно, медіатекст

кожного виду має свої певні *формати*, властиві тільки конкретному виду медіапродукції. Наприклад, фотографія має репортерський, художній, салонний (постановочний), аматорський формати. Кінематограф продукує такі формати своїх медіатекстів, як: художні стрічки, документальні, документально-ігрові, анімаційні фільми тощо. Телебачення має також свої формати: новинний, розважальний, аналітико-політичний, репортажі з місця подій, телереклама, телевізійні серіали тощо.

Інтернет, як вид новітніх технологій, до того ж синтетичний вид медіа, здатний цифрувати і презентувати всі вищезгадані види й формати медіатексту традиційних медіа. Крім того, інтернет здатний виробляти свої власні специфічні медіатексти: інтернет-газети, стріми, сторітелінги, зображення, графіку, колажі, відео, комп'ютерну анімацію («гіфки»), ігри, а також формати комунікативного плану: флешмоби, блогерські програми, чати тощо (Додаток 1.2).

Будь-який формат будь-якого виду медіатексту має той чи інший різновид змістового наповнення – тематичний напрям, або *жанр*. Медіатекст як медіапродукція, наповнена змістом і духовним, інтелектуальним зокрема, набуває статусу медіаконтенту (Курбан, 2016; Остапенко, 2022; Череповська, 2014). Патріотична активність в інтерактивному середовищі функціонально опосередкована медіаконтентом. Медіаконтент патріотичного змісту будь-якого формату, виду, жанру становить когнітивний інструмент основну «зброю» інформаційного патріота.

Аналітично-практична, творча робота (30 хв.), фронтально-групова

Класифікація основних видів медіа та цифрової продукції

Мета: *закріпити* отриману інформацію про класифікацію медіатексту на спеціально дібраних зразках різного виду, формату, жанру.

Завдання 1. За допомогою Додатка 1.2 дати учням змогу повправлятися в умінні давати загальну характеристику будь-якому медіатексту: 1) за його техногенним походженням, 2) за медіаформатами і 3) за жанрами. Використати презентацію зразків різножанрових світлин для аналізу. Фільми, серіали,

телепрограми доцільно представити лише назвою і картинкою/заставкою, яка б ілюструвала добре відомий учням медіаконтент.

Завдання 2 (творче). За аналогією з класифікацією медіапродукції спробувати класифікувати деякі зразки цифрової продукції, як-от: «жива» фотографія, комп'ютерна гра, продукт візуальної «творчості» штучного інтелекту тощо. За допомогою гаджетів кожна група створює лаконічні презентації аналізованих об'єктів та здійснює їх аналіз. Педагог делікатно допомагає і регулює процес створення класифікацій, підтримує оптимальну комунікацію в групах. По закінченні кожна група презентує та обґрунтовує свою версію класифікації цифрової продукції. Далі – аналіз класифікацій і презентацій кожної групи. Чи виникли нові критерії класифікації? Які саме?

Мінілекція (5 хв.), фронтальна організація

Патріотичний медіаконтент – це різноформатні і різножанрові медіатексти, зміст яких виражає ціннісно-смысловий аспект буття людини в її ставленні до Батьківщини. Патріотичний медіаконтент проявляється суто в медійному, інформаційному просторі і презентує морально-духовні цінності і смисли, пов'язані із символікою, національними міфами і культурними традиціями, давньою і сучасною історією України, героями давнини і сучасними героями, висвітленням знакових і поточних патріотичних подій, а також особисте ставлення до них. В інформаційному інтерактивному просторі патріотичний медіаконтент за форматом може бути: текстовим, візуальним, аудіовізуальним, змішаного типу. Патріотичний медіаконтент є інструментом патріотичної активності і важливим елементом цифрової комунікації в умовах кіберпростору. Навести і продемонструвати приклади патріотичного медіаконтенту в соціальних мережах.

Практична аналітична робота (35 хв.), фронтально-групова

Мета: закріпити отриману інформацію про патріотичний медіаконтент та вчитися аргументування як способу логічного доведення своєї думки, ідеї.

1-й етап. Організувати дві або декілька груп, кожна з яких шукає в гаджетах найбільш влучний медіаконтент патріотичного змісту відповідно до

заданого їй формату. Наприклад, одна група шукає картинки / статичні зображення, друга – відео, третя – соціальну рекламу, патріотичні заходи. Кожна група має обґрунтувати переваги медіаконтенту обраного формату.

2-й етап. Перегляд та аналіз візуальних добірок патріотичного медіаконтенту кожною групою щодо того, чи відповідають обрані зразки поставленому завданню: заданому формату, наявності патріотичного змісту тощо.

3-й етап. Учні визначають 1) найкращі, влучні зразки патріотичного медіаконтенту та 2) переваги зазначеного формату в інших групах.

Перед тим як визначити найкращий медіаконтент і ресурс його формату, важливо після другого етапу пригадати, що таке аргумент, який має підтвердити висловлену думку/оцінку щодо зразка, який розглядається.

Отже, аргумент – це логічне судження; твердження, за допомогою якого людина доводить, обґрунтовує певну тезу (ідею, думку), щоб переконати інших в її істинності. Кожен аргумент має певну структуру:

теза – висунення твердження, яке мають підтримати інші (ми вважаємо, що...);

докази – пояснення, факти, приклади, посилання на авторитети є аргументами, за допомогою яких і належить довести істинність тези (саме тому...);

висновок – повернення до тези, її розширена інтерпретація (отже, ...).

Процес аргументування, як обстоювання, обґрунтування своєї позиції за допомогою аргументів, становить аргументацію.

(Контраргументація – аргументація навпаки: чому висловлена думка/теза не є влучною, вдалою, чого їй не вистачає тощо).

Запитання для короткого обговорення: (5 хв.)

Який, на вашу думку, найбільш популярний/дієвий формат українського медіаконтенту в цифровому просторі? Аргументуйте.

Тема 3. Поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах (90 хв.)

Мета: *розвивати* патріотичну активність молоді в кіберпросторі, зокрема когнітивно-інструментальну якість оптимального поширення патріотичного контенту.

Завдання теми: *розкрити* суть поширення патріотичного медіаконтенту; *ознайомити* з видами поширення; закріпити на *практиці* функцію поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.)

Однією з найперших функцій інформаційного патріотизму і найбільш популярною дією є поширення патріотичного українського медіаконтенту в мережевому онлайн-просторі. Поширення або постинг в ручному режимі здійснюється шляхом створення постів у тематичних відкритих групах або в акаунтах (Курбан, 2016). Постинг передбачає такі варіанти:

1) *поширення* патріотичного українського медіаконтенту, уже кимось створеного раніше, як звичайний «репост» (репродукування) інформації, створеної іншими користувачами, взятої зі своєї стрічки новин або на різних патріотичних сайтах. Репост здійснюється для швидкого ознайомлення друзів, «френдів», відвідувачів сторінки з актуальною, цікавою, важливою, на думку суб'єкта, інформацією. Оптимальне поширення запозиченої інформації як медіаконтенту передбачає: зазначення першоджерела або автора, а також обов'язкову її перевірку на достовірність;

2) *поширення-компіляція* – здійснюється так само, як «репост» інформації, створеної іншими, проте має суттєву особливість: додавання власної думки у форматі невеличкого або, навпаки, більш розлогого тексту на початку матеріалу, підготовленого до поширення. Це своєрідна компіляція запозиченого медіаконтенту з власним текстом, який може *заохочувати* до прочитання, може містити емоційну *рефлексію* на інформацію або *аналіз* матеріалу, що

поширюється. Таку дію патріота слід вважати більш ефективною, оскільки він не просто поширив, зберіг інформацію патріотичного змісту для аудиторії своєї стрічки, а вже осмислив її, надав «зворотний зв'язок» (зробив рефлексію щодо свого ставлення, окреслив власну позицію, оцінив інформацію, запитав думку інших, пропонуючи діалог, поставив дискусійне запитання і т. ін.). Саме такий формат поширення українського контенту в мережах у форматі «пост, створений кимось іншим з додаванням власної думки перед матеріалом, готовим до поширення», користується найбільшою довірою серед друзів і викликає жвавий інтерес (Череповська, 2020; 2021);

3) *поширення-креативне* – найвищий рівень осмисленості щодо поширення медіаконтенту; передбачає самостійне створення поста і його поширення. Залежно від мети створення такого поста має два напрями: а) бажання поширити власний візуальний контент та зробити відповідний допис до нього; б) потреба висловити власну думку, ідею, яка доповнюється самостійно створеним візуальним контентом: малюнком, світлиною, відео (див. Модуль 3).

Також важливо враховувати такі дві речі: успішність як ефективність створеного контенту і його оцінювання іншими.

Успішність створеного поста забезпечується завдяки: зверненню до гумору/сарказму; невеликому обсягу тексту (один-два абзаци); простому стилю викладу (мовою цільових аудиторій); застосуванню хештегів # і риплі @; широкому використанню картинок, світлин, відео.

Оцінити успішність поширеного поста, як його умовну *ефективність*, можна за допомогою: кількості лайків; кількості його подальших поширень; кількості коментарів (Курбан, 2016).

Важливим моментом є попереднє *накопичення* патріотичного медіаконтенту різноформатного, різножанрового медіаконтенту: гіфок, картинок, світлин, будь-яких інших зображень, відео, текстового матеріалу і зберігання його в комп'ютері, на носіях, у мережевих «сховищах» для

подальшого застосування. Цей накопичений контент також можна використовувати в процесі створення власних творчих проєктів.

Обговорення (15 хв.), фронтальна організація

Чи важливо поширювати патріотичний, проукраїнський медіаконтент?

Поширення патріотичного медіаконтенту впливає на друзів, «френдів», інших відвідувачів сторінки, сприяє утвердженню їхніх поглядів.

Поширення патріотичного медіаконтенту ні на кого не впливає.

Як можна дізнатись, що поширений вами патріотичний контент цікавий, потрібний іншим?

Практичне завдання (20 хв.), групова організація

Поширення патріотичного медіаконтенту

Мета: вправлення у створенні і поширенні поста патріотичного змісту; набуття експертного досвіду з оцінювання роботи інших учасників.

Кожна група за допомогою гаджетів створює патріотичний медіаконтент і надсилає лідеру/учасникам інших груп. Кожна група обирає найкращий пост з-поміж постів інших груп, який можна було б рекомендувати на конкурс.

Мінілекція (10 хв.)

Саморегуляція щодо патріотичних дій у кіберпросторі. Для того щоб самостійне поширення патріотичного медіаконтенту зробити більш ефективним, бажано, щоб діяльність «поширення» була передусім мотивованою і систематичною з боку інформаційного патріота. Ідеться про саморегуляцію, яка передбачає бажання і свідомий вплив людини на активізацію своїх вольових зусиль. Ці зусилля, спрямовані на актуалізацію певних внутрішніх процесів, зумовлюють здійснення діяльності, реалізацію поведінки, зокрема патріотичної поведінки в кіберпросторі.

У контексті поширення медіаконтенту патріотичного змісту в соціальних мережах саморегуляція патріотичної активності відіграє неабияку роль. Так, одного бажання бути патріотом замало – треба зосередитися і докласти вольових зусиль, щоб стати ним. Наприклад, емоційне «я хочу бути патріотом» може свідомо регулюватися настановленням типу: «Якщо я люблю Україну /

якщо вважаю себе патріотом України, *то* маю робити для неї хоча б те, що можу, а саме: відвідуючи соціальні мережі, обов'язково поширювати проукраїнський, патріотичний медіаконтент (робити репости)». Отже, оптимальна активність патріота зумовлюється саморегуляцією через цілеспрямованість та активізацію його внутрішніх зусиль для досягнення поставленої мети .

До прийомів саморегуляції особистості можна віднести такі внутрішні дії: самозвернення, самомотивацію, самонаказ та ін. Не менш важливим є й самоконтроль здійснення патріотичної активності в соціальних медіа. Так, частоту індивідуальної активності можна контролювати через обраний індивідом певний алгоритм поширення повідомлень. Наприклад, я буду поширювати патріотичний медіаконтент: «тільки до державних свят»; «до видатних подій»; «раз на тиждень»; «щодня»; «щоразу, коли заходжу на свою сторінку» тощо. Будь-який обраний ритм патріотичної активності з поширення українського контенту в кіберсередовищі можна вважати правомірним, тому що він свідомо підпорядкований самоконтролю патріота. У разі поширення контенту патріотичного змісту за принципом «при нагоді», «коли є відповідний настрій» про саморегуляцію процесу і системності поширення не йдеться. Це патріотична активність ситуативного характеру.

Розглянути презентацію: Саморегуляція і її прийоми.

Написання есе (10 хв.), індивідуальна організація

Мій алгоритм патріотичної активності з поширення патріотичного медіаконтенту. (Пояснити: чому саме такий?) / Альтернативний варіант: Я не поширюю патріотичний медіаконтент. (Пояснити: чому саме не поширюю?)

Аналітична практична робота (15 хв.), групова організація

Прийоми саморегуляції: самозвернення, самомотивування, самонаказ, самоконтроль.

Мета: закріпити знання щодо зазначених важливих прийомів саморегуляції, вчити міркувати, рефлексувати.

1. Робота в гаджетах: кожна група знаходить інформацію й аналізує обране/задане поняття. Знаходить приклади із власного життя / з історії героїв книг, фільмів.

2. Короткі виступи від кожної групи відповідно до «свого» прийому.

3. Питання до всіх: Який прийом саморегуляції є найважливішим? Чому так вважаєте?

Написання есе (10 хв.), індивідуальна організація

Який спосіб саморегуляції в повсякденному житті я найчастіше застосовую / мені більше підходить. Чому саме він?

Рекомендований візуальний супровід до різних тем Модуля 1:

Презентація: Патріотична активність учнівської молоді в кіберпросторі: результати опитування 2018–2020 рр. (Додаток 1.1, Рисунок 2).

Презентація: Класифікація основних видів медіатексту (Додаток 1.2)

Презентація: Саморегуляція та її прийоми. (Педагог робить самостійно).

Домашнє завдання:

1. Створення тематичних календарів для оптимального структурування патріотичної активності учнів у соціальних мережах.

Отже, орієнтовні варіанти календарів, прив'язаних до:

- 1) державних свят; сучасних подій, важливих для країни;
- 2) вшанування історичної пам'яті трагічних подій нашої країни;
- 3) визначних дат щодо відомих і маловідомих історичних осіб України;
- 4) визначних дат, пов'язаних з діячами культури і мистецтва;
- 5) календар національно-визвольних рухів ХХ століття в Україні: події, особистості. (Індивідуальні завдання).

2. Створення оригінальних тематичних колекцій проукраїнського, патріотичного змісту з медіаконтенту, взятого в інтернеті.

Запропонувати теми на вибір, зважаючи на індивідуальні уподобання кожного. Так, декого може зацікавити сучасна українська політика і політиком,

а дехто захоплюється сучасними героями російсько-української війни; водночас декому більше до вподоби минуле України, так би мовити, історична правда; так само хтось захоплюється культурною українською спадщиною – культурою Трипілля, прадавніми міфами, символікою, традиційними обрядами, а хтось – сучасними феноменами культурного життя; також можна створити колекцію зображень національного українського одягу різних регіонів України і доповнити її сучасним одягом, створеним в етностилі; когось можуть зацікавити біографії відомих і маловідомих діячів української культури або героїв доби Козаччини, Холодного Яру, Зимового походу, УПА; можливо, хтось зробить добірку зразків українського народного розпису – «петриківки», «самчиківки» чи «київського»; а хтось, навпаки, віддасть перевагу сучасному українському мистецтву, дизайну.

Вимоги: обрати тему, яка зачіпає найбільше; намагатися віднайти цікавий матеріал різного медіаформату (зображення, світлина, відео); естетично оформити обраний медіаконтент у вигляді презентації, дати назву, зазначити авторство, клас, школу, рік. За бажанням, якщо є насага, презентацій можна зробити й декілька! (*Індивідуальне завдання*).

Очікувані результати. Модуль 1

Учні: *налаштовані* на патріотичну активність в інтерактивному інформаційному середовищі; *знають* її суть і провідні функції; *розуміють* важливість поширення патріотичного медіаконтенту і систематичного поширення зокрема; *поширюють* патріотичний медіаконтент у різний спосіб: через звичайний репост, поширення-компіляцію (доповнений власною думкою), креативне поширення (самостійно створений); *застосовують* індивідуальний алгоритм поширення патріотичного медіаконтенту або дотримуються його; *знають* і *застосовують* обрані прийоми саморегуляції як у процесі патріотичної активності в мережах, так і в реальній життєдіяльності; *уміють* працювати в групі, висувати ідеї; *готові брати участь* в обговоренні, *уміють* коректно висловлюватися щодо протилежної думки.

Модуль 2

Захист інформаційного простору від ворожої пропаганди в соціальних мережах

Мета: розвивати патріотизм молоді за допомогою знань і практичних умінь протистояти ворожій пропаганді та захищати від неї український інтерактивний простір.

Завдання модуля: розкрити суть інформаційної війни та роль патріотичної активності молоді в ній, а також сприяти засвоєнню вміння виявляти пропаганду й оптимально реагувати на пропагандивний медіаконтент.

Тема 1. Інформаційна війна (90 хв.)

Мета: дати уявлення про сучасну інформаційну війну.

Завдання теми: *навчити* розрізняти інформаційно-психологічну війну і кібервійну за метою, провідними засобами; дати *розуміння* щодо провідних функцій патріотів у «війні кодів» і «війні контентів»; *розвивати* сміливість у процесі міркування щодо актуальних проблем інформаційної війни; *вчити* застосовувати елементи інформаційної гігієни і саморегуляції переглядів.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.), *фронтальна робота*

Сучасна інформаційна війна (поряд із «гарячою», енергетичною, економічною, фінансовою, корупційною війнами) є надважливою й обов'язковим складником гібридної війни. Її головними завданнями донедавна були: 1) *психологічний вплив* на свідомість людини, групи людей, суспільство загалом переважно через ЗМІ, а також соціальні мережі; 2) *техногенний вплив* на канали комунікації, електронні інформаційні системи через вірусні атаки та інші кібервтручання (Горностай, 2022; Магда, 2015; Почепцов, 2016; 2018).

Протягом останніх десятиліть феномен інформаційної війни зразка другої половини ХХ ст. набув певних змін: чітке розгалуження на «інформаційну» війну як психологічну і «кібервійну» як технологічну.

Якщо *метою* інформаційної війни є ідеологічний, психологічний вплив на свідомість суспільства іншої/своєї держави, то метою кібервійни є техногенний вплив на об'єкти виробничої, промислової, енергетичної структур, а також на інфраструктуру соціального, воєнного та фінансового призначення, канали комунікації, електронні інформаційні системи тощо.

Провідними *засобами* інформаційної війни є різноформатний пропагандивний, маніпулятивний контент, спрямований на зміну свідомості суспільства через нав'язування певних наративів (*Горностай, 2015; Куляс, 2018; Почетцов, 2018*). Натомість у кібервійні провідними засобами стають вірусні атаки та інші кібервтручання, в основі яких лежить певний програмний код, спрямований на руйнування, порушення функціонування стратегічних матеріальних об'єктів або перехоплення керування ними. Тому ці війни нині можна назвати так: «війна ідеологічних медіаконтентів» і «війна техногенних програмних кодів».

Дискусія: Інформаційний патріот vs кіберпатріот (25 хв.)

Що відмінного між інформаційним патріотом і кіберпатріотом?

Що спільного між інформаційним патріотом і кіберпатріотом?

Міркуємо над «відкритим» питанням, що є важливішим: війна ідеологій чи війна технологій? Аргументуємо відповіді.

Мінілекція (10 хв.), *фронтальна організація*

Сучасна інформаційна війна, як і раніше, є важливою частиною боротьби між світоглядними системами, ідеологіями різних держав. Однак нині завдяки стрімкому розвитку сучасних технологій вона набула статусу тотальної війни, яка не має територіальних обмежень і стала надважливим складником сучасних воєн. Саме тому в умовах російсько-української війни зростає роль свідомої патріотичної активності українців у кіберпросторі.

Метою інформаційної психологічної війни (ІПВ) є не тільки систематичний інформаційно-ідеологічний тиск, спрямований на руйнацію громадянської, національної ідентичності країни-суперника та її подальше поступове ментально-територіальне поглинання, а й обов'язковий вплив на

армію і населення власної країни. Провідним засобом інформаційно-психологічної війни є *пропаганда*.

Суть інформаційної війни цифрової доби полягає в тому, щоб через інформацію будь-якого медіаформату – вербального, текстового, візуального, аудіовізуального, змішаного, який поширюється в сучасних ЗМІ та кіберпросторі, здійснювати тотальний вплив на уявлення супротивника про певні історичні, сучасні події та поступово змінювати його світогляд як на рівні окремої особистості, так і суспільства загалом. А також здійснювати «промивку мізків», «зомбування» щодо власного населення і власної армії в «потрібному» для влади ідеологічному, політичному річизці та суворо контролювати суспільство через традиційні і новітні засоби інформації.

Аналітична робота (20 хв.), *фронтально-групова організація*

Основні види інформаційно-психологічних воєн

1. Інформаційні війни бувають наступальними і захисними (*фронтальна*)

Презентація: Сучасні методи інформаційно-психологічних воєн (Додаток 2.1).

Питання до аудиторії:

Яку інформаційну війну веде Україна проти Росії: наступальну чи захисну? Аргументуйте.

2. Як можна оптимізувати інформаційну війну в Україні (*групова*)

У чому має полягати ефективність інформаційної війни з боку України? Чи варто тільки захищатись – можливо, треба й наступати? Які наступальні дії в інформаційній війні ви б запропонували?

3. Відповіді від кожної групи записуємо на дошці.

Узагальнення напрацьованих пропозицій.

Аналітична робота (15 хв.), *фронтальна організація*

1. Щоб раптово не підпасти під небажаний/негативний психологічний вплив медіаконтенту, треба знати загальні правила сприймання і засвоїти техніку переведення уваги. Метою цієї техніки є розвиток саморегуляції уваги

щодо переключення режиму сприймання відповідно до різноформатного медіаконтенту й пропагандивного зокрема (*Пропаганда в інтернеті*).

2. Аналізуємо презентацію «Саморегуляція уваги режиму сприймання різноформатного медіаконтенту» (Додаток 2.2).

Акцентуємо на позиції очікуваних результатів сприймання певних медіаформатів. Мотивуємо на подальше автоматичне переведення уваги за умови систематичного самоконтролю особистості на первинному етапі.

Есе (10 хв.), *індивідуальна організація*

Як я розумію роль патріота в інформаційній війні?

Тема 2. Пропаганда як надпотужна зброя інформаційної війни (90 хв.)

Мета: дати уявлення про феномен пропаганди як основний метод інформаційно-психологічної війни.

Завдання теми: *навчити* розрізняти пропаганду за її видами, змістом, засобами впливу; *стимулювати* патріотичну активність на виявлення і знешкодження ворожої пропаганди в українському інтерактивному сегменті; *закріпити* навички інтелектуальної, емоційної, комунікативної рефлексії.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.), *фронтальна організація*

«Пропаганда» в класичному визначенні має нейтральний зміст – як поширення і просування в суспільстві світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей, щоб привернути увагу аудиторії і схилити її на бік агітатора. Наприклад, «тютюнопаління шкідливе для здоров'я», «християнство (мусульманство, іудаїзм, індуїзм та інші) є істинною вірою», «Україна понад усе!» тощо. Розвиток пропаганди як масового феномену припав на ХХ ст. і збігся в часі з поширенням радіо, коли пропаганда почала масово «обслуговувати» політику й злочинні режими зокрема.

Нині пропаганда знову повернулася в політику у двох іпостасях: як «жорстка сила», яка «примушує» суспільство до зміни його поведінки найближчим часом у фізичному просторі, а також як «м'яка сила», яка

«приваблює» і налаштована на зміну цінностей у головах, тому працює в довгострокових проєктах і поступово змінює бачення світу в суспільстві. Основним прихистком пропаганди сьогодні є ЗМІ і соціальні мережі інтернет-простору (Почепцов, 2018), а сама пропаганда стала провідною, надпотужною зброєю інформаційно-психологічної війни. На відміну від *інформації як відображення реального світу* у вигляді сукупності відомостей про всілякі об'єкти, явища, процеси, а також знань, які здобуває суб'єкт/споживач завдяки сприйманню та опрацюванню цих відомостей, *пропаганда – це спеціально організована / створена / спотворена інформація*, яку певна група просуває для того, щоб долучити до певної ідеї іншу групу у форматі «м'якого» або «жорсткого» варіантів. Основними формами представлення інформації і пропаганди зокрема є: вербальна (радіомовлення, повідомлення в ЗМІ), символна (знаки, цифри, символи, кольори), текстова (вербалізовані повідомлення) і графічна (візуальні зображення), а також пропаганда змішаного формату (Куляс, 2018; *Пропаганда в інтернеті*).

Якщо суть пропаганди загалом – це інтенсивне просування ідей, цінностей, світогляду, вигідних певній групі, державі, іншій країні, то в нашому контексті – це ідеологічно-психологічний вплив з боку країни-агресора, спрямований на знищення української національної ідентичності.

Пропаганда як соціокультурний феномен має свою **структуру**:

за змістом: військова, ідеологічна, соціальна, екологічна, філософська, релігійна, наукова, освітня, здоров'язберігальна та ін.;

за принципами: шість класичних принципів (Додаток 2.3);

за видами презентації: «біла»/«пряма» як відверта, спрямована на позитивний результат; «сіра» – прихована, з маніпулятивними намірами; «чорна» – відкрита, агресивна, брехлива за суттю (Додаток 2.5);

за способами управління емоціями: впливає через образ, кольори, звук/музику, голос, а також за допомогою гасла (Додаток 2.4).

Найпоширенішими *методами* пропаганди є: дезінформація, велика брехня, вибіркова правда, напівправда, багатократне повторення, демонізація

ворога, неминуча перемога, слогани/гасла, історичні аналогії, відволікання уваги, гра в простацтво та багато інших (Андрущенко, Зеленін, 2022).

Аналітико-практична робота (40 хв.), *фронтально-групова організація*

Аналіз пропагандивного медіаконтенту

Мета: *навчити* виявляти пропаганду за допомогою аналізу її структури.

1-й етап: наочний приклад аналізу (10 хв.), *фронтальна організація*

Педагог демонструє процес аналізування медіаконтенту: 1) спочатку – на зображеннях, 2) далі – на коротких відео: по декілька прикладів кожного медіаформату.

Аналіз медіаконтенту здійснюється за **алгоритмом**, що спирається на загальну структуру пропаганди. Отже, медіаконтент аналізуємо:

- 1) за змістом (презентує, наприклад, військову пропаганду...);
- 2) за видами презентації (становить різновид «чорної» пропаганди);
- 3) за наявністю принципів пропаганди (медіаконтент містить...);
- 4) за способами емоційного впливу (медіаконтент у форматі зображення впливає передусім через: образ ... і гасло ..., а також ...);
- 5) висновки на підставі критичного осмислення аналізованого як виявлення мети конкретного медіаконтенту.

2-й етап: практична робота з вправляння учнів в аналізуванні медіаконтенту за алгоритмом (15 хв.), *фронтальна*

Після того як педагог навів приклад аналізування пропагандивного медіаконтенту, до процесу відпрацювання техніки долучається аудиторія.

3-й етап: робота з гаджетами (15 хв.), *групова робота*

Кожна група шукає самостійно або педагог надсилає дібраний раніше зразок. Група здійснює аналіз за пропонованим алгоритмом. Обраний представник з кожної групи презентує зразок пропаганди на загал та озвучує результати колективного аналізу.

Примітка. Алгоритм аналізу, що охоплює чотири позиції з коротким роз'ясненням у дужках, має бути у вигляді наочності/презентації, щоб усі мали змогу її бачити і закріпити алгоритм аналізу на практиці. Також педагог

заздалегідь має підготувати для аналізування наочний візуальний пропагандивний контент у форматі картинки, коротких відео, рекламних роликів. У пригоді стануть Додатки: 2.3; 2.4; 2.5.

Тема 3. Захист інформаційного простору від ворожої пропаганди в соціальних мережах (90 хв.)

Мета: *розвивати* практичні вміння розпізнавати та знешкоджувати ворожий пропагандивний медіаконтент в українському кіберпросторі.

Завдання теми: *навчити* розпізнавати та знешкоджувати ворожу пропаганду, убезпечувати себе від руйнівних впливів спрямованої інформаційної агресії.

Послідовність проведення:

Інформація (5 хв.)

Пам'ятаємо, що захист українського інформаційного сегмента від ворожої пропаганди в соціальних мережах є другою важливою функцією інформаційного патріотизму як конструктивної патріотичної активності в куберпросторі. Тому якщо пропаганда вважається надпотужною зброєю, то ми, як патріоти своєї країни і водночас воїни інформаційного фронту, маємо бути «озброєні»: володіти певними знаннями і практичними вміннями щодо виявлення та знешкодження пропаганди (Курбан, 2016). Також, коли йдеться про протистояння ворожій пропаганді, важливо чітко розуміти стратегії і тактики цієї боротьби.

Стратегією є саме *захист* українського інформаційного простору від ворожого медіаконтенту з боку країни-агресорки, його ідеологічного впливу.

Тактики реалізації цього захисту такі:

- 1) *виявлення* ворожого пропагандивного медіаконтенту за допомогою алгоритму аналізу пропагандивного медіаконтенту;
- 2) аргументоване *спростування* його змісту як оприлюднення суті брехні;
- 3) *непоширення* ворожої пропаганди в інтерактивному просторі;
- 4) її технічне *видалення* зі стрічки та інші варіанти.

Важливо знати, що протидія ворожій пропаганді в разі її викриття вимагає швидкого реагування – контрпропаганди. (Роль контрпропаганди в креативному контексті буде розглянуто в Модулі 3).

Техніка «Інформація і пропаганда» (15 хв.)

Мета: *навчити* швидко відрізняти пропаганду від інформації, а також бачити елементи пропаганди в будь-яких інших медіаформатах.

Питання: Чим пропаганда відрізняється від інформації?

Порівняльний аналіз суті цих феноменів за допомогою таблиці/презентації (Додаток 2.6).

Опрацювання техніки по пунктах за допомогою заздалегідь підготовлених зразків подання інформації та пропаганди (наприклад, фрагмент актуальних теленовин і пропагандивний сюжет на одну й ту саму тему). Виявляючи зазначені в таблиці особливості кожного феномену, учні навчаються бачити відмінності цих феноменів та відрізняти їх один від одного.

Інформація (5 хв.)

Якщо пропаганду можна розпізнати за допомогою аналізу та критичного мислення, то вберегтися від її негативного емоційного впливу саме під час безпосереднього сприймання не завжди вдається. Для того щоб негативні емоції (як, до речі, і позитивні) не заважали аналізуванню медіаконтенту, їх треба «опрацювати» за допомогою техніки рефлексування емоційних вражень. В її основі лежить знаходження тригера негативної емоції від сприйнятого та її раціоналізація як означення словом.

Аналітично-практична робота (20 хв.), фронтальна організація

Мета: *навчити* зменшувати емоційне напруження від сприйнятого за допомогою рефлексії емоцій/почуттів – їх раціоналізації через вербалізацію.

Техніка «Рефлексія емоцій і почуттів» передбачає перегляд одного/двох заздалегідь підготовлених коротких емоційно забарвлених зразків пропагандивного медіаконтенту (згодяться не тільки зразки російської пропаганди, а й українські зразки соціальної, комерційної реклами та ін.). Далі – вправління учнів на візуальному, аудіовізуальному матеріалі щодо виявлення

як негативних, так і надто позитивних емоцій, які виникають після перегляду і найчастіше заважають аналізу. Техніку та опис етапів рефлексій емоцій і почуттів від сприйнятого детально представлено в Додатку 2.7.

Примітка. Щоб краще закріпити навичку, можна переглянути кілька зразків. Однак рефлексія емоцій, почуттів має відбуватися відразу після кожного конкретного перегляду.

Інформація (5 хв.), фронтальна організація

Важливо знати, що сучасна агресивна пропаганда широко застосовує так звані фейки. Фейки – неправдива інформація, яку створюють спеціально, щоб ввести людей в оману, відволікти їх від справді важливих повідомлень, вплинути на адекватність сприйняття певних подій. Найчастіше можна спостерігати такі види фейків: 1) спеціально створена неправдива інформація (наприклад, «українці їдять снігурів/немовлят»; 2) масштабні містифікації («України як держави ніколи не існувало: її створив Ленін у 1922 році»); 3) навмисно однобоке висвітлення подій («у Другій світовій війні перемогли «руськіє», союзні війська майже нічого не зробили для перемоги над фашизмом»); 4) історії, у яких «правда» є суперечливою (наприклад, росіяни «визволяють» українців від «інших» українців); 5) інформація, яка настільки нереальна, що загалом сприймається як жарт («про двох рабів»).

Аналітично-практична робота (20 хв.), фронтальна, групова

Як розпізнати фейкову інформацію?

Мета: *навчити* практичних прийомів розпізнавання фейків.

Надійним ресурсом для отримання правдивої інформації є: державні, офіційні сайти, представники влади, компетентні особи, експерти з незаплямованою репутацією. Також це можуть бути люди, яким ви довіряєте (батьки, друзі), проте вони можуть помилятися. Саме тому треба вміти перевіряти інформацію на її достовірність.

Практичне завдання 1

1. Розглянути й проаналізувати зразки фейкової інформації різного медіаформату (світлина, тексти, постановочні відеосюжети тощо).

2. Перевірка світлин на достовірність за допомогою «Google-зображення»: на підготовленому зразку показати послідовність дій.

3. Перевірка текстової інформації за допомогою пошуку першоджерела.

4. Закріпити алгоритми дій виявлення фейкової інформації у форматах первинного зображення, первинного джерела (по декілька зразків для закріплення) у групах.

Практичне завдання 2

Якщо ви натрапили на фейкову інформацію, пропагандивний контент, то по допомогу можна звернутися на такі ресурси:

ЦПД – Центр протидії дезінформації <https://cpd.gov.ua/>

StopRussia | MRIYA <https://mriya.social/>

STOPFAKE <https://www.stopfake.org/uk/golovna/> та ін.

Ознайомитися з допоміжним ресурсом: по одному на групу.

Після аналізу конкретного ресурсу представник кожної групи коротко презентує його можливості/функції.

Примітка. На зазначених та інших подібних ресурсах можна знайти актуальний на час викладання теми пропагандивний контент для занять, а також способи його викриття та знешкодження.

Обговорення (15 хв.), фронтальна/групова

Варіант 1. Запитання можна опрацьовувати по черзі фронтально.

Варіант 2. Кожній групі для опрацювання дати одне питання.

На підставі здобутих знань вчимося робити аргументовані висновки.

Розгляньмо такі запитання:

1. Чому важливо захищати інформаційний простір від пропаганди?
2. Які види патріотичної активності щодо протидії ворожій пропаганді ви найчастіше: 1) *спостерігаєте* в мережах; 2) до яких дій *вдастесь* самі?
3. Якою, на вашу думку, є українська бойова пропаганда: «чорною» чи білою», а може, «сірою»? Чому так вважаєте?

Правила самозахисту від пропаганди (5 хв.), фронтальна

Мета: підбиття підсумків теми в контексті протидії пропаганді, ідеологічним впливам.

Проаналізувати й прокоментувати шість позицій самозахисту за допомогою презентації (Додаток 2.8). Запитати, чи є в кого доповнення до правил і які саме.

Рекомендований візуальний супровід до різних тем Модуля 2:

Презентація: Сучасна інформаційна війна як інформаційно-психологічна війна (ІПВ) і кібервійна: їхня мета, завдання, засоби. (Педагог робить самостійно).

Презентація: Сучасні методи (Додаток 2.1).

Презентація: Саморегуляція уваги режиму сприймання різноформатного медіаконтенту (Додаток 2.2).

Презентація: Шість принципів побудови пропаганди (Додаток 2.3).

Презентація зразків: Гасла в пропагандивному плакаті (Додаток 2.4).

Презентація зразків: Види пропаганди за презентацією (Додаток 2.5).

Презентація: Як відрізнити пропаганду від інформації (Додаток 2.6).

Презентація: Алгоритм аналізу пропагандивного медіаконтенту (Педагог робить самостійно).

Презентація: Рефлексія емоцій і почуттів (Додаток 2.7).

Презентація: Правила самозахисту від пропаганди (Додаток 2.8).

Домашнє завдання:

1. Знайти в інтернеті зразки будь-якого медіаформату, які б відображали пропаганду *за її змістом*, та оформити у візуальну презентацію на вибір. Наприклад, пропаганда наукова або екологічна, здорового способу життя чи воєнна тощо. (Індивідуальне).

2. Знайти в інтернеті зразки, які б відображали пропаганду *за її видами* («білу», «сіру», «чорну») та оформити у вигляді презентації. (Індивідуальне).

3. Аудиторія слухачів ділиться на робочі творчі групи. Кожна група створює презентацію/кейс різноформатного (зображення, плакат, відео) сучасного патріотичного українського медіаконтенту, важливим елементом якого є гумор. (*Групове*).

4. Самостійне вправлення в техніках переключення режиму сприймання та рефлексії емоцій і почуттів. Рекомендувати ділитися особистим досвідом з друзями.

Очікувані результати

Учні: *розуміють* суть сучасної інформаційної війни, її види, методи, засоби впливу; *розуміють* важливість захисту українського інформаційного простору; *розуміють* значущість ролі патріота в умовах інформаційної та кібервійни; *розуміють* важливість достовірності поширюваної інформації; *прагнуть* захищати український інтерактивний простір від ворожої пропаганди; *уміють* на практиці виявити, декодувати і знешкодити фейковий, пропагандивний медіаконтент; *орієнтуються* в основних видах фейкової інформації; *застосовують* на практиці різноманітні техніки (алгоритм аналізу медіаконтенту; рефлексію емоцій і почуттів; саморегуляцію уваги щодо режиму сприймання відповідно до медіаформату та жанру; відрізнять пропаганду від інформації за критеріями та ін.); *застосовують* здобуті знання щодо пропаганди проти неї самої, а також *уміють* працювати в команді і брати участь у дискусії, *дослухаються* до думки інших.

Модуль 3

Творення нових, оновлення традиційних українських символів: медіаторчість

Мета модуля: стимулювати молодь до створення оригінального патріотичного медіаконтенту й мотивувати її до активного просування українських цінностей в інформаційному інтерактивному середовищі.

Завдання модуля: дати *уявлення* про творчість і медіаторчість; *ознайомити* із зразками оригінального медіаконтенту та показати використані *прийоми* творення оригінального візуального медіаконтенту; *заохочувати* до творчості; дати *розуміння* того, що особиста медіаторчість є не тільки способом патріотичної самопрезентації, а й дієвим внеском у творення нового українського світу в кіберсередовищі.

Тема 1. Творчість і медіаторчість (90 хв.)

Мета: дати загальні *уявлення* про творчість людини загалом і новий вид творчості – медіаторчість – як створення медіаконтенту за допомогою новітніх технологій.

Завдання теми: *мотивувати* до особистої творчої діяльності; *ознайомити* з основними принципами медіаторчення; *вчити* бачити й аналізувати задіяні когнітивні креативні прийоми у візуальному медіаконтенті як набуття опосередкованого смислового досвіду для майбутнього індивідуального медіаторчення; *мотивувати* до медіаторчості як способу патріотичного самовизначення.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.)

Творчість у широкому розумінні – це творення нового матеріального, інтелектуального або духовного продукту, якого раніше не було. У психологічному аспекті творчість набуває суб'єктивного значення, коли людина/дитина робить щось уперше. Справжній творчий продукт, творча ідея, на відміну від продукту, створеного «вперше», має об'єктивну «новизну», «оригінальність» не тільки для творця, а й для інших людей.

Процес творення дає людині неабияке задоволення, зумовлене специфічною реакцією мозку, який виділяє гормони «радості» і «щастя». Власне, вони поліпшують емоційний стан, настрій людини, піднімають її самооцінку, сприяють зміцненню імунітету. Така «вдячність» організму за творення спонукає людину творити ще і ще. З чого можна виснувати, що

створювати, творити, привносити щось нове у цей світ, конструктивно змінювати його – приємно і корисно.

Винаходження медіа- та новітніх технологій, їх застосування у творчій діяльності стимулювало виникнення нового соціокультурного феномену – медіаторчості. Медіаторчість – це творча діяльність людини, зумовлена застосуванням засобів медіа і цифрових технологій. Її продуктом є нематеріальний об'єкт, який існує в іншій, цифровій, реальності.

У соціально-психологічному контексті медіаторчість сприяла новому способу самореалізації особистості та новому способу реалізації її дозвілля, спонукала до розвитку мистецтва і, головне, змінила саму людину, розвинувши такі нові типи сприймання, як медіасприймання, творче медіасприймання, а також «кліповий» (швидкий), «мозаїчний» (нелінійний) типи сприймання-мислення, змінила і розширила комунікацію між творцями й аудиторією. Так, завдяки технологіям у споживачів з'явилася можливість *оцінювати* авторський медіапродукт / цифрований твір, а в автора твору – можливість *отримувати зворотний зв'язок* від аудиторії завдяки «лайкам» і «коментарям» як реакцію на своє творення (Череповська, 2009).

Також цифрові технології сприяли подальшому розвитку й трансформації масової культури і мистецтва. Сучасне мистецтво застосовує широкий спектр технологій: від традиційних аналогових до новітніх цифрових, які надають неабиякі можливості для творення. Комп'ютерні технології є різної складності опанування: від простих і більш складних програм редагування світлин, творення комп'ютерної графіки до надскладних програм створення тривимірних об'єктів та ін. (Оволодіння цими програмами не є предметом цього курсу, а предметом курсів, факультативних занять з інформатики).

Сучасне медіатизоване мистецтво, як і медіаторчість загалом, має два етапи: створення задуму на рівні уяви, мислення і його інструментальне втілення у медіапродукт. Когнітивний етап ґрунтується на застосуванні таких принципів творення задуму, як «запозичення» і «компіляція». Етап утілення задуму здійснюється за допомогою саме таких цифрових технологій, які

відповідають реалізації задуму, і завершується створенням нематеріального цифрового продукту.

Аналітична робота (25 хв.), *фронтальна*

Провідні принципи сучасного образотворення

Мета: *навчити* бачити і виявляти провідні принципи сучасного мистецтва для ймовірного застосування набутого досвіду у власному медіаторстві.

1. Інформація: Принцип «*запозичення*» – це застосування вже наявного продукту, образу або його елементів, створеного кимось іншим, попередниками. Однак це запозичене має презентуватися вже в новому контексті, іншій версії. Наприклад: *римейк* чергової, нової екранізації відомого сюжету; *кавер* як переробка, нова інтерпретація забутої мелодії; перетворене, майже до невпізнаності, зображення, що активізує пам'ять, дивує і врешті стимулює творче сприймання, мислення.

Розгляд та аналіз елементів/способів запозичення на візуальних зразках. Після аналізу кожного зразка ставимо аудиторії запитання: Чи набув запозичений твір/елемент у новій інтерпретації нового сенсу? Якого саме? (Додаток 3.1).

2. Інформація: Принцип «*компіляції*» – це передусім поєднання, доповнення елементів з різних запозичених контентів, а також різноманітні способи комбінування запозиченого контенту в новому, власне створеному, об'єкті. (Наприклад: тематичний *колаж* зображень з інтернету; *міксування* мелодій різних часів, авторів; *застосування фрагментів* відомих сучасних рок-композицій у стрічках фентезійного жанру (що викликає не тільки ефект здивування, а й приємного упізнавання, водночас наближає суть ідеї фентезі до нашої реальності); застосування елемента відомої мелодії в *озвученні* власного відео (створює відповідний настрій); *міксування* сотень світлин для створення монументального тематичного зображення та ін.

Розгляд та аналіз елементів/способів комбінування на візуальних зразках. Після аналізу кожного зразка ставимо аудиторії запитання: На вашу

думку, якого нового сенсу набуває розглянутий зразок компіляції? У чому суть компіляції? (Додаток 3.2).

Принцип **«застосування технологій»** передбачає їх використання як інструменту творення нової продукції / медіаконтенту. На відміну від матеріальних продуктів традиційної творчості, продукція техногенного походження повністю залежать від самих технологій: існує або в іншій реальності цифрового простору, або може бути презентованою виключно за допомогою тих же таки технологій сучасних екранів, цифрових імітацій.

Написати есе: Моя творчість (10 хв.), *індивідуальне*.

Пригадати свій творчий досвід(и) в будь-якій галузі, його результат(и) та свої емоції й почуття, які виникали. Емоції треба описати якнайточніше: 1) під час творчого процесу (вигадування ідеї, її втілення)...; 2) створений продукт викликав... На якому етапі емоції були найбільш інтенсивними: на етапі творення чи на етапі отримання результату ? (або інший варіант)

Мотивація для слухачів щодо творення (5 хв.), *фронтальне*

Творчі і медіаторчі продукти створюють люди двох категорій: спеціалісти й аматори. Іноді буває так, що аматорський творчий продукт не поступається створеному спеціалістами! Натомість часто-густо можна почути: А що можна створити, якщо не володієш складними комп'ютерними програмами редагування зі створення зображень, гіфок, анімацій? Рекомендуємо розпочати з найпростішого – з фотографії. Відредагована, завантажена в іншу реальність, вона з вашого дозволу починає своє самостійне «існування» в цифровому просторі. Однак спочатку треба 1) сформулювати мету: для чого / з якою метою буду створювати?; 2) вигадати ідею: що саме хочеш висловити через світлину?; 3) вигадати візуальну версію її втілення: що/хто/як має бути зображений, щоб думка була зрозумілою іншим?; 4) якій аудиторії адресований твій продукт?

Аналітична робота (15 хв.), *фронтальна*

Мета: *мотивувати* на здійснення власної медіаторчості.

Розглядаємо й аналізуємо роботи призерів останнього всеукраїнського конкурсу «Діти і медіа: 2021» на тему «Моя рідна Україна». Схема аналізу: що хотів сказати/показати автор?, якими засобами він/вона цього досягли?, чи відповідає назва світлини її змісту?, які переваги і недоліки є в роботах? Звертати увагу на вік учасників конкурсу. (Додаток 3.3).

Обговорення (25 хв.), *фронтальне*

Медіаторчість як спосіб патріотичного самовираження

1. Що таке творчість? Медіаторчість?
2. Чому важливо створювати оригінальний медіаконтент?
3. У чому полягає сенс творення патріотичного медіаконтенту: для його творця?, для його друзів, «френдів» у соціальних мережах?
4. Які медіаформати патріотичного змісту вам найбільше до вподоби? Чому?

Тема 2. Активізація творчого мислення та уяви (90 хв.)

Мета: *розвивати* творче мислення та уяву як когнітивні інструменти створення майбутнього патріотичного медіаконтенту

Завдання теми: *ознайомити* з креативними мисленнєвими діями; *вчити* розпізнавати/бачити їх у медіаконтенті, створеному іншими; *вчити* застосовувати творчий доробок інших як стимуляцію для створення власного медіаконтенту патріотичного змісту; *розвивати* сміливість, упевненість у розв'язанні неоднозначних питань під час дискусії.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.), *фронтальна*

Процес створення нового, оригінального продукту в будь-якій галузі, і медіаторчій зокрема, передбачає попередню роботу думки людини-творця. Це активізація таких універсальних мисленнєвих дій людини, як: аналогізування, комбінування, реконструювання.

Аналогізування засноване на порівнянні різних об'єктів, виявленні спільності між ними і перенесенні схожих/основних властивостей з одного (або декількох) на інший. Результатом креативного аналогізування має бути щось

нове: набуття нового смислу, створення нового/оновленого образу. До простого аналогізування відносять дії наслідування, часткове копіювання. Аналогізування як прийом лежить в основі принципу «запозичення».

Комбінування ґрунтується на поєднанні різних елементів і передбачає кількісно-якісні зміни вихідних даних у новоствореному об'єкті. Тобто поєднання різних об'єктів може привести до створення нового образу й нового смислу. Комбінування як прийом лежить в основі принципу «компіляції».

Реконструювання – це новий погляд на звичний об'єкт з незвичного боку (ракурсу, через гумор), завдяки чому виникає новий смисл. У процесі реконструювання помічними/провідними можуть стати як дії комбінування, так і дії аналогізування, або те й те разом. Наприклад, поєднання контрастних елементів або виявлення схожості між дуже віддаленими об'єктами може породити новий смисл.

Аналітична робота (30 хв.) (фронтальна)

Провідні творчі інтелектуальні прийоми в сучасному мистецтві

Мета: *навчити* бачити принципи творення сучасного мистецтва та *вміти* виявляти в зображенні застосовані прийоми для ймовірного використання набутого досвіду у власному медіаторенні й творенні патріотичного медіаконтенту зокрема.

Розглядаємо-аналізуємо

Ознайомити із зразками оригінального медіаконтенту, взятого в соціальних мережах, у яких представлено творчі мисленнєві прийоми/дії: аналогізування, комбінування, реконструювання. Розглянути кожен творчу дію більш детально на прикладах, користуючись додатками.

Творча мисленнєва дія аналогізування (Додаток 3.4)

Творча мисленнєва дія комбінування (Додаток 3.5)

Творча мисленнєва дія реконструювання (Додаток 3.6)

Алгоритм аналізу:

1) спочатку виявляємо використані *принципи* сучасного мистецтва, а далі

2) з'ясуємо застосовані *творчі прийоми* (мисленнєві дії) у кожному зразку.

Доцільно повторно акцентувати на важливих *питаннях*:

1. У чому полягає новий сенс перетвореного «запозиченого», «скомпільованого» новоствореного об'єкта? (І чи він є – сенс?)

2. З якою ймовірною метою створювали цей медіаконтент? (Мета, до речі, може бути досить тривіальною).

Завдяки цьому слухачі набуватимуть умоглядного, опосередкованого досвіду, що полегшить їм індивідуальне творення власного медіаконтенту патріотичного змісту.

Аналітична робота (30 хв.), *фронтально-групова*

Методика «Трикутник медіатворчості»

Метою є вправлення в міркуваннях щодо вирішення інтелектуальної задачі; формування готовності до неоднозначного розв'язання проблеми; розвиток інтелектуальної, комунікативної, особистої рефлексії.

1-ша частина (10 хв.), *фронтальна*

Питання: Якими найбільш важливими якостями має володіти людина для створення медіаконтенту патріотичного змісту:

- *володіння технологіями* (комп'ютерними програмами редагування...);
- *здатність до творчого мислення, розвинена уява* (висування цікавої ідеї, вигадкування оригінального образу її втілення);
- *мотивація* (бажання створювати патріотичний медіаконтент).

Наочний матеріал «Трикутник медіатворчості» передбачає три-чотири версії на вибір:

- 1) макет із цупкого матеріалу для багаторазового використання;
- 2) малювання на фліпчарті;
- 3) презентація на екрані трьох положень трикутника;
- 4) малювання на дошці.

(Найбільш оптимальні перший і другий варіанти, якщо можна міняти аркуш).

Обов'язкова умова (особливо для макета): трикутник має бути рівнобічним (кожен кут по 60°), що опосередковано «натякає» на рівнозначність зазначених якостей. Кожен кут має свою позначку якості: **З** (здатності), **Т** (технології), **М** (мотивація).

Робота з трикутником: макет розташувати вертикально і в разі потреби переставляти на інший бік; у верхньому куті трикутника щоразу буде певна позначка, зміст якої і треба обговорити в контексті значущості для творчого процесу; кожна позначка якості, яка стає вершиною трикутника, умовно ніби «претендує» на роль провідної функції успішного процесу медіаторчості. Відтак почергово аналізувати всі варіанти зазначених якостей. Аналіз здійснюється за двома позиціями: 1) якщо певна якість на вершині трикутника є розвиненою / властивою особистості, то яким чином вона може забезпечити успішність творення медіаконтенту?; 2) якщо ця якість нерозвинена / її немає, то як саме це вплине на процес творення?

2-га частина (10 хв.), *групова*

Кожна група шукає «правильну» відповідь на поставлене запитання за принципом більшості голосів у кожній групі.

3-тя частина (5 хв.), *фронтальна*

Від кожної групи виступає лідер й озвучує результати групового обговорення проблемного питання. Меншість «незгодних» у групі, якщо такі знайдуться, також мають змогу висловитися.

Завершення (5 хв.), *фронтальна*

Педагог узагальнює відповіді, поклавши «трикутник медіаторчості» (макет, малюнок з фліпчартера) на горизонтальну площину (стіл, підлогу) для того, щоб не було пріоритетного «верху». Така наочність має показати, що всі якості є важливими для створення патріотичного медіаконтенту. А кожен патріот-творець має приділити більшу увагу тим своїм якостям, які потребують оптимізації, і працювати саме над ними.

(На особисту думку авторки, і саме в контексті медіаторчості, ми все ж таки віддаємо перевагу мотивації. Тим більше, мотивації патріотичного

спрямування. Саме ця розвинена якість особистості патріота здатна стимулювати його до подолання перешкод у процесі практичного медіаторення. Так, наприклад, цілеспрямоване оволодіння комп'ютерними технологіями дає змогу не тільки набутти практичних умінь, а й частково компенсувати нестачу креативних здібностей особистості).

Тема 3. Творення оригінального проукраїнського контенту (90 хв.)

Мета: *орієнтувати* учнів на творення оригінального патріотичного медіаконтенту як просування українських цінностей і смислів в інформаційному інтерактивному середовищі.

Завдання теми: *мотивувати* на створення оригінального патріотичного медіаконтенту; *вправляти* в умінні бачити оригінальність усталених українських образів і символів, оновлених іншими, як отримання наснаги і смислового досвіду для власного медіаторення; *стимулювати* комунікативні вміння роботи у творчій групі.

Послідовність проведення:

Мінілекція (10 хв.), фронтальна організація

В умовах інформаційної війни і тотальної пропаганди, спрямованої проти українців, актуальності набуває контрпропаганда – пропаганда, яка блискавично реагує на ідентифіковану ворожу пропаганду і виконує захисну функцію. Зважаючи на те, що протидія ворожій пропаганді вимагає саме *швидкого, критичного реагування* в разі її викриття, а в реальному часі це не завжди видається можливим, ми пропонуємо застосовувати довгострокові проекти «м'якого» впливу на свідомість (Почепцов, 2018) через *просування і популяризацію українських цінностей і смислів в інтернет-середовищі* (Череповська, 2021). Ідеться про творення оригінального медіаконтенту українського, патріотичного змісту, який може стати «наступальним» засобом інформаційних бійців проти ворожої ідеології. А чи можливо самотійно створити оригінальний медіапродукт? Не тільки можливо, а й необхідно!

Мотивація. Процес творення українського медіаконтенту є не тільки важливою, а й цікавою, корисною справою. По-перше, створювати українську відкриту («білу», «пряму») пропаганду, прославляючи Україну і наші українські цінності в інформаційному просторі, нині є дуже актуальним завданням, розумною протидією ворожій пропаганді «русскава міра». По-друге, цікаво випробувати себе на спроможність створювати щось нове і корисне.

Також заняття творчою діяльністю посилюють імунітет творця. Крім того, в умовах війни заняття творчістю і медіаторчістю зокрема сприяють стресостійкості, відновленню емоційних станів людини. У контексті національно-патріотичного виховання молоді й розвитку патріотизму як активності в соціальних мережах медіаторчість є ефективним способом патріотичної самопрезентації особистості і дієвої самореалізації.

Суть просування медіапроектів патріотичного змісту полягає у творенні нового українського контенту – нових візуальних образів, символів, текстів – і їх поширенні. Увагу доцільно приділяти передусім візуальним образам і символам, оскільки зображення здатне замінити купу слів, легше запам'ятовується, впливає передусім на емоції. Тому переваги «м'якого» впливу з просування і популяризації в кіберпросторі українських цінностей і смислів у форматі візуального, аудіовізуального медіаконтенту патріотичного змісту в інтернет-середовищі є незаперечними.

Цінності і смисли патріотичного змісту часто представлені у візуалізованих символах, які виражають зміст конкретного чи абстрактного поняття/ідеї. У нашому контексті це ментальні символи, які відображають національні культурні українські цінності і смисли та втілені у візуальний образ – «картинку». Українськими ментальними символами є, наприклад, козак Мамай, образи видатних українців, українські прапори, Тризуб та ін.

Суть творення українського простору в соціальних мережах ґрунтується на двох основних принципах: 1) *оновлення наявного* і 2) *створення нового* символічного Образу проукраїнського змісту.

Отже, оновлення традиційного символу, так би мовити, його «осучаснення», здійснюється через візуальну трансформацію образу, яка привертає до нього увагу, наповнює його новим, актуальним смислом. Так само створення зовсім нових, яких ще в нас досі не було, українських символічних образів здійснюється через пошук нової ідеї та її втілення в образ.

Аналітична робота (10 хв.), фронтальна організація

Розглядаємо-аналізуємо

Мета: *навчити* бачити принципи творення та *вміти* виявляти в зображенні застосовані творчі інтелектуальні прийоми в процесі оновлення/осучаснення традиційних ментальних українських символів та в новостворених образах; *активізувати, стимулювати* творче мислення та уяву, бажання створювати патріотичний медіаконтент.

Ознайомити із зразками оригінального медіаконтенту, взятого в соціальних мережах, у яких представлено оновлені традиційні і нові українські ментальні образи.

1. Козак Мамай – ментальний символ захисника України.

Акцентувати на тенденції осучаснення, візуальної «українізації» Мамаю: від малопомітної книги Кобзаря, мапи України в правильних кольорах, заміни кобзи на актуальний музичний інструмент до сучасної мілітаризації образу. Варто також звернути увагу дітей на образ Мамаю на тлі мапи України: це звичайний малюнок, який завдяки оцифруванню набув статусу патріотичного медіаконтенту в кіберпросторі (Додаток 3.7).

2. Видатні українці: ментальне перезавантаження.

Нині Шевченко, як справжній символ, через креативну візуалізацію уособлює в собі багато сучасних сенсів: це і «революційний» образ у контексті сучасної культури, наближений до сприйняття молоддю, і образ майданівця, і образ захисника України. Франко і Стус у сучасних вишиванках та аксесуарах також сприймаються як наші сучасники (Додаток 3.8).

3. Новостворений символ сучасного українського Воїна.

У поширеному образі сучасного захисника України простежуються певні візуально-сміслові тенденції: наступність образу сучасного воїна з попередниками як умовний зв'язок із захисниками України минулих часів представлено через мечі, козацькі хрести, постаті українських вояків минувшини; зображення військового із синьо-жовтим прапором, на тлі прапора, з тризубом на щиті ніби апелюють до його значущості на рівні державного символу; наявність крил, меча, щита асоціюється з Воїном світла – архангелом Михайлом. Зважаючи на все це, можна сказати, що новостворений образ сучасного захисника України набуває ознак нового ментального символу українського народу (Додаток 3.9).

Творчі завдання (60 хв.), фронтально-групова організація

Завдання 1. Розробити ескіз картинки в кольорах Державного Прапора України (20 хв.)

Мета: *розвивати* творчі здібності і практичні вміння; *заохочувати* до творення українського медіаконтенту; *створити* різні образи в кольорах Прапора України; *стимулювати* стійкий інтерес до українського Державного Прапора, повагу до нього, приязність до його кольорів; *мотивувати* до створення патріотичного контенту в кольорах Державного Прапора.

1. Інформація. Державний Прапор України представлено синьо-жовтими кольорами, які в сучасній інтерпретації символізують «небо» і «жито» – ознаки миролюбної країни землеробів. Також маємо революційний – червоно-чорний – прапор, кольори якого символізують українську землю і пролиту за неї кров у боротьбі за свободу та незалежність України.

2. Перегляд зразків, взятих з інтернету, для стимулювання творчої уяви, мислення. Короткий аналіз під кутом зору застосованих творчих мисленнєвих прийомів та принципів (Додаток 3.10).

3. Практична робота з розроблення ескізу(ів) полягає в пошуку ідеї та її візуального образу втілення. Фіксується графічно і коротко описується, як має виглядати. Подальше втілення ідеї в медіапродукт у форматі групового домашнього завдання (Рекомендовано Додаток 3.13).

Завдання 2. Розробити ескіз картинки мапи України (20 хв.)

Мета: *розвивати* творчі здібності і практичні вміння; *заохочувати* до творення українського медіаконтенту; *створити* новий образ мапи України, збагативши його новим сенсом; *застосовувати* вже відомі або *створити* власні гасла для поглиблення образу.

1. Інформація. Площа сучасної території України становить 603 тис. 700 кв. км. Обрис її мапи являє конфігурацію, яка сама по собі здатна стимулювати як уяву, так і креативне мислення.

2. Перегляд зразків, узятих з інтернету, для стимулювання творчої уяви, мислення. Короткий аналіз під кутом зору застосованих творчих мисленнєвих прийомів та принципів (Додаток 3.11).

3. Практична робота з розроблення ескізу(ів) полягає в пошуку ідеї та її візуального образу втілення. Фіксується графічно і коротко описується, як має виглядати. Подальше втілення ідеї в медіаконтент у форматі групового домашнього завдання (Рекомендовано Додаток 3.14).

Завдання 3. Розробити ескіз картинки оновленого Тризуба (20 хв.)

Мета: *розвивати* творчі здібності і практичні вміння; *заохочувати* до творення українського медіаконтенту; «оновити» традиційний образ Тризуба.

1. Інформація. Образ Тризуба (який у різні часи і в різних культурах утілював різні сенси) нині символізує багатовікову історичну, культурну, територіальну наступність від прадавньої Київської Русі до сучасної України.

2. Перегляд зразків, узятих з інтернету, для стимулювання творчої уяви, мислення. Виявлення смислового акценту кожного презентованого зразка. Короткий аналіз під кутом зору застосованих творчих мисленнєвих прийомів та принципів. Придумати назви до Тризубів без підпису/гасла. Виявити не зовсім вдалі версії образу і пояснити, чому саме вони не є вдалими (Додаток 3.12).

3. Практична робота з розроблення ескізу(ів) полягає в пошуку ідеї та її візуального образу втілення. Фіксується графічно і коротко описується, як має виглядати. Подальше втілення візуальної ідеї в медіаконтент реалізується у форматі домашнього завдання (Рекомендовано Додаток 3.15).

Есе (10 хв.), індивідуальна організація

Яка творчість є найбільш актуальною в умовах війни? Чому?

Примітка щодо виконання творчих завдань Модуля 3.

1. Методики активізації творчого мислення – «мозковий штурм», «діаграма», «на що схоже» – треба застосовувати відразу після перегляду демонстративного матеріалу, який опосередковано активізує уяву, надихає на образотворення (Додатки 3.13; 3.14; 3.15). Варто попередити дітей, що їхні візуальні ідеї не мають копіювати тільки що переглянуті зразки. У крайньому разі вони можуть застосовувати прийом віддаленого наслідування – дуже віддаленого. У пріоритеті залишаються саме креативні знахідки.

2. Щодо активізації творчого мислення і віддаленого наслідування зокрема. Важливо нагадати аудиторії про правомірність практичного застосування основних принципів сучасного образотворення і творчих мисленнєвих дій як у процесі пошуку ідеї оновлення / осучаснення / творення нового, так і під час самої візуалізації ідеї (Модуль 3. Тема 2).

3. Цілком можливо, що в групі можуть знайтися учасники, які будуть не згодні з варіантом, обраним більшістю. І це нормально. У такому разі не треба їх примушувати або схилити до спільного проєкту, розподілу інструментальних функцій утілення тощо. Навпаки, треба дати їм свободу самовираження в індивідуальному форматі. Потому доречним буде порівняти/проаналізувати колективно створений та індивідуальний(і) проєкти. На конкурс можна подавати обидва формати.

Рекомендований візуальний супровід до різних тем Модуля 3:

Презентація зразків принципу «запозичення» (Додаток 3.1)

Презентація зразків принципу «компіляції» (Додаток 3.2)

Приклади медіаформатів різного техногенного походження: картинки, слайд-шоу, відеосюжети, стріми. (Педагог робить самостійно)

Презентація робіт конкурсу «Діти і Медіа 2021» (Додаток 3.3)

Презентація зразків: Творча дія аналогізування (Додаток 3.4)
Презентація зразків: Творча дія комбінування (Додаток 3.5.)
Презентація зразків: Творча дія реконструювання (Додаток 3.6)
Презентація зразків: Оновлений образ козака Мамає (Додаток 3.7)
Презентація зразків: Осучаснені видатні українці (Додаток 3.8)
Презентація зразків: Український воїн 2022 (Додаток 3.9)
Презентація зразків «Кольори прапорів України» (Додаток 3.10)
Презентація зразків «Оригінальна мапа України» (Додаток 3.11)
Презентація зразків «Оновлений Тризуб» (Додаток 3.12)

Домашнє завдання:

1. Створення патріотичного медіаконтенту у форматі «картинка» за допомогою комп'ютерних програм як завершення творчих завдань: «Кольори Прапора України», «Оригінальна мапа України», «Оновлений Тризуб».

Можливий також інший, технічно простіший, варіант: 1) намалювати олівцями, фарбами; зробити витинанку; створити інсталяцію до зазначених тем; 2) оцифрувати: зробити знімки, завантажити в комп'ютер/гаджет, відредагувати в разі потреби. Такий варіант найбільше підходить для виконання індивідуального проєкту. Також бажано застосовувати: гасла, рядки з відомих поезій, власні вірші (*групове/індивідуальне*).

2. «Образ сучасної України»: колаж із 6-12 зображень (*індивідуальне*).
3. Створити патріотичну картинку в гумористичному жанрі (*групове*).
4. «Захисники України»: формат слайд-шоу з музичним оформленням.
5. «Україна очима художників»: формат слайд-шоу (*індивідуальне*).
6. «Україна у віршах поетів»: формат флеш-моб (*групове*).

Очікувані результати:

Учні: мають *уявлення* про сутність феноменів творчості і медіатворчості та *вміють* відрізнити один від одного; *розуміють* суть принципів сучасного мистецтва і медіатворчості зокрема; можуть *аналізувати* і демонструвати на

зразках використані прийоми творчого мислення; *знають* суть контрпропаганди, «м'якого» впливу і *розуміють* важливість просування українських цінностей і смислів у соціальних мережах в умовах інформаційної війни; *розрізняють* суть «оновлення» вже наявного і «створення» оригінального образу; *уміють* застосовувати методи активізації творчого мислення та уяви в процесі «оновлення» і «творення»; *уміють* на практиці створювати патріотичний медіаконтент; *уміють* рефлексувати на тему творчості і свого місця у творчій діяльності; *уміють* конструктивно вирішувати дискусійні питання під час групової роботи; *розуміють* важливість просування проукраїнських цінностей і смислів у кіберпросторі.

ПІДСУМКОВА ЧАСТИНА

КОНКУРС МЕДІАПРОЄКТІВ ПАТРІОТИЧНОГО ЗМІСТУ

Підсумкову частину курсу «Розвиток патріотизму молоді цифрової доби» ми пропонуємо провести в креативному форматі – як конкурс медіапроектів патріотичного змісту, створених учнями протягом періоду навчання.

Метою конкурсу є підбиття підсумків розвитку патріотизму молоді цифрової доби та мотивація учнів до подальшої конструктивної патріотичної активності в соціальних мережах.

Завдання конкурсу:

ознайомити аудиторію слухачів зі зразками практичних результатів зазначеного курсу; *відзначити* найкращі роботи; *стимулювати* до оптимальної активності щодо поширення українського контенту, протидії ворожій пропаганді і просування українських цінностей у кіберпросторі.

Практичні результати – це створені учнями протягом періоду навчання і представлені для публічної презентації та обговорення найкращі роботи, проекти. Ці роботи виконані як в аудиторії, так і як домашні завдання; вони можуть бути як результатом групової роботи учнів, так і індивідуально створеними. Формати і спосіб виконання представлених на конкурс робіт обумовлюють номінації.

Організація проведення конкурсу передбачає обов'язкове технічне оснащення: великий екран для демонстрування конкурсних робіт, комп'ютер/проектор для їх перегляду.

Контент, представлений для публічної презентації, має бути підготовленим заздалегідь за форматами: тематичні презентації, колажі,

створені цифрові картинки, цифровані малюнки тощо. Також номіновані формати розподіляють за способом виконання: колективні роботи та індивідуальні.

Щодо формату есе: найкращі бажано зачитати. Варіанти: читає сам автор; читає вчитель за авторів за їхньою згодою; читає вчитель, не озвучуючи прізвище автора на його прохання.

Орієнтовна послідовність проведення конкурсу

Вітальне слово до учасників заходу та акцентування на актуальності розвитку патріотизму молоді в інтерактивному інформаційного просторі в умовах повномасштабної війни та інформаційно-ідеологічної зокрема.

Вступна частина

Окреслення в загальних рисах: мети, основних завдань зазначеного курсу розвитку патріотизму молоді цифрової доби; *коротка характеристика* отриманих практичних результатів за їхніми номінаціями і різними форматами.

Ознайомлення з порядком і регламентом роботи.

Обрання/представлення комісії.

Основна частина: перегляд конкурсних робіт (за номінаціями)

Організаційні поради

Термін проведення конкурсу як: спільний перегляд представлених презентацій у кожній номінації, їх оцінювання за допомогою голосування, робота комісії з визначення переможців залежить від загальної кількості підготовлених на конкурс робіт.

Конкурсну комісію для оцінювання презентацій слухачів створюють так: до її складу, як голова комісії, обов'язково має входити педагог, який читав цей курс. Далі можуть бути такі варіанти: запросити інших, компетентних щодо зазначеної теми, педагогів. Особливу увагу варто приділити залученню до конкурсу вчителя інформатики (ІКТ) як потенційного партнера з викладання зазначеного курсу. Якщо ж виникає кількісна проблема з педагогами, до членів комісії варто додати кілька найбільш активних слухачів курсу, яких обирає аудиторія самих слухачів. Головне, щоб кількість членів конкурсної комісії в

будь-якій версії її складу була непарною. Конкурсну комісію на чолі з педагогом – керівником курсу – обирають напередодні і визначають регламент роботи та умови оцінювання за певними критеріями, кількістю балів тощо.

Оцінювання здійснюють так: члени комісії напередодні переглядають та оцінюють представлені роботи в кожній номінації за будь-якою, обраною ними, системою. У день публічної презентації загальна аудиторія слухачів, гостей-глядачів голосує за роботу підняттям рук. Кількість піднятих рук додається до результатів попереднього оцінювання конкурсної комісії.

Алгоритм голосування загалу може бути таким. Спочатку відбувається перегляд усіх представлених робіт/проектів певної номінації, а потому аудиторія голосує спочатку за найкращу роботу в зазначеній номінації, гідну першого місця, далі – за друге і, відповідно, за третє місце. Далі – наступна номінація.

Демонстрація номінацій має певні особливості і здійснюється за принципом «від складного до простішого»: спочатку – перегляд більш вагомих спільних проектів, далі – групових і насамкінець – індивідуальних.

Усе вищезапропоноване є тільки основним конструктом щодо підбиття практичних підсумків, який можна змінювати відповідно до потреб, досвіду, можливостей освітнього закладу. Конкурс робіт бажано перетворити на свято, важливу подію, патріотичний захід як для самих учасників, так і для шкільної спільноти як майбутніх слухачів зазначеного курсу.

Важливо оформити відповідним чином місце проведення (символіка, квіти), запросити значущих, поважних гостей (воїнів ЗСУ, ветеранів, представників адміністрації школи, колег з інших шкіл, батьків, учителів інформатики), які б мали змогу побачити не тільки медіаторчий напрям факультативів, а й можливість потенційного розвитку і прояву патріотизму молоді в кіберпросторі. Доцільно розмістити найкращі роботи на шкільному сайті, використовувати їх на виховних годинах. Найкращі авторські роботи можна роздрукувати, використати у створенні запрошень, подарувати гостям як

листівки. Тобто максимально популяризувати національно-патріотичне виховання молоді та її патріотичну активність у соціальних мережах.

Головною вимогою до конкурсу є перетворення його на *патріотичний захід і відзначення авторів* найкращих робіт. Бажаємо успіхів!

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

Метою рекомендацій є оптимізація проведення курсу в таких аспектах: психологічному, комунікативному, організаційному.

Психологічний аспект

Провідним посилом цього курсу є *мотивування* учнів до патріотичної активності загалом і в кіберпросторі зокрема. Педагог постійно має акцентувати на тому, що нині прояв патріотизму в іншій, цифровій, реальності є важливим для нашого суспільства, яке зазнає шкідливого інформаційно-ідеологічного впливу з боку країни-агресора.

Зважаючи на об'єктивно обмежену спроможність учнівської молоді брати участь у «дорослих» патріотичних заходах, педагогу варто *наголошувати* на тому, що саме такі технічно прості дії в соціальних мережах, як схвалення «вподобайкою» українського, патріотичного медіаконтенту, його поширення в соціальних мережах, нищення ворожої пропаганди та інші, стверджують її патріотизм, роблять його більш дієвим.

Не менш важливим є *стимулювання* саморегуляції слухачів власної патріотичної активності в кіберсередовищі за допомогою самостійно обраного алгоритму поширення українського медіаконтенту. Варто *акцентувати* на психологічній суті прийомів самонаказування, самомотивування, самозвернення і *мотивувати* молодь щодо їх відпрацювання та застосування як у віртуальній реальності, так і в буденному житті. Також варто зосереджувати увагу на самоконтролі вольових зусиль й саморефлексії своєї патріотичної діяльності в інтерактивному просторі.

Стимулювати вміння лаконічно висловлювати думки, зокрема під час написання есе. *Розвивати* чіткість логічного, критичного мислення за допомогою когнітивних моделей: «якщо..., то...», «першопричина, її наслідки,

результат, висновки». Наприклад: «Якщо я люблю Україну, то моя сторінка в соціальних мережах має це відображати»; «Якщо я патріот своєї Батьківщини, то маю щось робити для неї, зокрема почати з патріотично спрямованої комунікації з «френдами» в соціальних мережах» та ін.

Педагог, дбаючи про *піднесення ролі патріотизму* в умовах війни, зміцнює ефект національно-патріотичного виховання молоді. Патріотичну активність у соціальних мережах можна також *стимулювати* через заохочення щодо захисту інформаційного простору від ворожої пропаганди. Тому іноді доречно *застосувати* такі мовні кліше, як: «ворог атакує український інформаційний простір», «інформаційний фронт», «інформаційне військо», «інтернет-військо», «воїни інформаційного фронту», «інформаційна боротьба», «інформація – це теж зброя», «поширюй правду про війну Росії проти України» тощо. Також варто *просувати* таку думку: якщо патріотизм є важливим складником нашої Перемоги, то інформаційний патріотизм, як поширення українських цінностей в інтерактивному середовищі, викриття ворожої пропаганди, наближає її на інформаційному фронті.

Заохочувати до патріотичної активності в соціальних мережах через медіаторчість як оновлення традиційних і творення нових образів та смислів нового українського світу. *Наголошувати*, що створений оригінальний проукраїнський медіаконтент може стати не тільки контрпропагандивним, а й контентом «м'якого», поступового впливу. *Мотивувати* молодь до творення і просування наших українських ідей, сенсів, образів в інтерактивному інформаційному полі.

Стимулювати розвиток медіаторчості за допомогою: застосування різних креативних прийомів та сучасних принципів творення; активізації творчого мислення й уяви завдяки методикам «брейнстормінг», «знайди спільне» та ін.; набуття опосередкованого творчого досвіду завдяки перегляду патріотичного медіаконтенту, створеного іншими, його аналізу; створення власного медіаконтенту; особистої спрямованості на засвоєння комп'ютерних програм редагування, зокрема творення за допомогою штучного інтелекту.

Щоб мотивувати учнів до оптимальної роботи в контексті розвитку конструктивної патріотичної активності в соціальних мережах, заняття варто розпочинати з *мотиваційної хвилинки*. Це може бути цікаве запитання, резонансна подія, новини з фронту – усе в контексті патріотизму.

Важливим моментом у викладанні будь-якої дисципліни є *стійка увага* до засвоєння інформації, знань. Для того щоб *утримувати увагу* слухачів протягом заняття, важливо дотримуватися певного динамічного алгоритму проведення кожної підтеми, а саме: чергування теорії, практичних, індивідуальних, спільних завдань та обговорення і конструктивної комунікації. Утриманню уваги сприяє не тільки її переведення з однієї форми роботи на іншу, а й зміна змісту контенту: від загального до більш конкретного. Наприклад, від феномену соціалізації, кіберсоціалізації як передумови когнітивних новоутворень особистості до розвитку духовно-морального складника особистості за допомогою патріотичної активності в соціальних мережах; від інформаційної війни до навичок інформаційної гігієни; від загальних трансформацій сучасного мистецтва, винаходу нейромереж до індивідуального творення патріотичного медіаконтенту.

Кожна підтема має *завершуватися смисловим акцентом* – коротким узагальненням у декілька речень з боку педагога або від аудиторії.

Крім того, виклад теорії обов'язково має *супроводжуватися візуальною презентацією*, що, відповідно, забезпечуватиме більш цілісне сприймання вербальної інформації. Лівова частка ілюстративного матеріалу є в Додатках, водночас дещо, як стимул для занурення в тему, залишилося й педагогу.

Незважаючи на те, що для сучасного покоління візуальна інформація є більш привабливою, більш зрозумілою і легшою для сприймання, дизайн презентації пропонуємо давати в спрощеному вигляді, щоб «красивістю» не відволікати від суті змісту, щось на зразок інструкції, схеми, таблички. Також для закріплення отриманої інформації *запропонувати* учням креативно, візуально оформити схематичні презентації у форматі домашнього завдання (групового чи індивідуального), поставивши задачу: з простої схеми зробити

гарну презентацію, однак щоб дизайн не відволікав від суті зазначеної інформації.

Комунікативний аспект

Сучасні тенденції розвитку освіти пов'язані з актуалізацією саме *групової роботи* учнів у процесі навчання. Уміння працювати в команді здатне забезпечити можливість *комунікації* як процесу обміну інформацією між двома або більше особами і *кооперації* як форми такої організації в групі, яка сприяє командному досягненню спільних цілей.

Учасники повинні мати елементарні уявлення про конструктивну комунікацію як *уміння слухати* одне одного, *толерантно ставитися* до думки іншого, якщо навіть вона не збігається з власною; розуміти і відповідально *виконувати свою функцію* (роль у роботі групи); бути активним членом команди – не боятися пропонувати власні ідеї, міркування; вчитися аргументувати, коректно озвучувати незгоду з чимось/кимось та водночас висловлювати пропозиції щодо розв'язання проблеми, тобто, розвивати рефлексивну культуру комунікації.

З боку педагога в роботі з аудиторією головним є таке: у плануванні групових домашніх завдань *давати слухачам свободу* самостійно формувати команду; *сприяти* самостійному розподілу функціональних ролей у групі; *стимулювати* креативні ініціативи щодо розроблення теми, її втілення. Модератор також має: ненав'язливо *пропонувати свою допомогу* слухачам, делікатно *підказувати, нагадувати* про важливі моменти в роботі, водночас *не обтяжувати* зайвими настановами.

Якщо в роботі групи виникає деструктивна ситуація, її варто *вирішувати гуртом*, вдаючись до пошуку альтернативних варіантів, пропозицій, узгодження більшістю голосів. Водночас потрібно *підтримувати* незгодну «меншість» (у вас теж цікава ідея, але...; наступного разу ви...). Тобто контролювати і спрямовувати процес в оптимальному напрямі.

Для оптимізації комунікативних навичок слухачів треба вчити *самоорганізації*. Розвивати *вміння роботи в команді* під час виконання завдань

в аудиторії, обговорення підтем, презентацій, пошуку відповідей, ідей тощо. Якщо хтось категорично не згоден з вибором групи щодо теми, її дизайнерської версії презентації або з чимось іншим, то він/вона мають *обстоювати* власну думку коректно й аргументовано. Таким учасникам варто *надати можливість* зробити індивідуальний проєкт.

Важливо постійно *удосконалювати* комунікативні навички вихованців, розвивати їхні вміння командної роботи. Однак водночас не варто забувати про потреби індивідуального самовираження кожної особистості.

Учити вміння слухати і чути інших. *Сприяти* доброзичливому тону під час бурхливого обговорення, наприклад, пропагандивного медіаконтенту, оцінювання заняття, викладу і розкриття теми. *Сприяти* взаєморозумінню, тактовності, доброзичливості одне щодо одного, тобто дотриманню культури спілкування в процесі створення нового, патріотичного, медіаконтенту.

Важливо *стимулювати* єдність однодумців у творчій команді, *наголошувати* на значущості спільної патріотичної справи. Наполегливо *рекомендувати* слухачам утілювати в життя набутий позитивний комунікативний досвід.

Організаційний аспект

Для оптимальної організації роботи в посібнику наведено План курсу розвитку патріотизму молоді цифрової доби, загальний обсяг якого становить 30 академічних годин, з яких 22 год. припадає саме на заняття в аудиторії; 4 год. призначено на виконання домашніх завдань; 3 год. становлять консультації і 1 год. – оцінювання результатів навчання як підбиття підсумків конкурсу (Додаток 1).

Організаційні поради до Модуля 1

Рекомендувати слухачам: накопичення/завантаження патріотичного медіаконтенту з інтернету для подальшого його поширення варто *структурувати* за тематикою, яка найбільше відповідає індивідуальним уподобанням кожної особистості. Кожну тему бажано наповнювати медіаконтентом різного формату (картинка, відео, гіфка...).

Організаційні поради до Модуля 2

Для ефективного засвоєння технік, спрямованих на запобігання впливу ворожої пропаганди, важливо приділити *якомога більше часу: алгоритму аналізу* пропагандивного медіаконтенту, *рефлексії емоцій/почуттів, саморегуляції* переведення уваги тощо. Бажаним кінцевим результатом практичного вправлення є «автоматизм» здійснення певного алгоритму когнітивних операцій. Рекомендувати учням в індивідуальній практиці розпочинати з *рефлексії емоцій* щодо переглянутого, а вже потім *аналізувати* його. Тобто спочатку вербалізувати/раціоналізувати емоції, щоб вони не заважали подальшим когнітивним діям аналізування. Для більш успішного вправлення в рефлексії й аналізуванні медіаконтенту педагог заздалегідь має підготувати якнайбільше зразків актуального демонстраційного матеріалу: картинки, короткі відео, фрагменти актуальних новин тощо.

Організаційні поради до Модуля 3

Зважаючи на те, що цей курс передбачає одноосібний і груповий формати творення, важливим організаційним моментом є рівень володіння слухачами комп'ютерними технологіями (функціями редагування, створення візуального, аудіовізуального медіаконтенту). Якщо рівень саме такої комп'ютерної грамотності в учнів високий (хоча б у половини учасників), то вони зможуть виконувати практичні завдання, оптимально розподілившись на «дієві» робочі групи. Кожна з таких груп повинна мати не тільки «креативних» членів щодо висунення ідеї, її умоглядного ескізного розроблення в задум, а й тямущих, компетентних у комп'ютерних програмах редагування і творення учасників, які будуть здатні технічно втілити задум у продукт/медіаконтент.

Якщо аудиторія «технічно» не підготовлена, то практична робота буде зводитися переважно до перегляду і всебічного аналізу демонстраційного матеріалу. За таких умов варто приділити більше часу методикам активізації творчого мислення, уяви, які становлять основу інтелектуальної частини творчого процесу: висунення креативної ідеї, візуалізація задуму, планування

практичного втілення. У такому разі варто звернутися по допомогу з реалізації втілення задуму до вчителя ІКТ.

Загалом медіаторення нового українського контенту охоплює такі формати: візуальний, аудіовізуальний, змішаний (з додаванням звукового: вербального, музичного супроводу). Отже, патріотичний медіаконтент може бути втілений у світлинах, колажі, слайд-шоу, відео, цифровані авторські малюнки, витинанки, інсталяції, а також динамічні візуальні медіаформати (анімації, мультиплікації), створені за допомогою спеціальних програм. Медіаконтент може як ілюструвати тексти, вірші, есе, коментарі або сучасні українські події, так і бути самостійним медіапродуктом. Важливо зазначити, що цифрові технології надають нові можливості віртуальної комунікації між класами, школами для створення і презентації медіаторчих спільних проєктів. Це: челендж (естафета), флешмоб (короткочасні акції), тематичні зустрічі у форматі онлайн тощо. Зрозуміло, що всі вищезазначені види медіаконтенту і формати комунікації передбачають патріотичний вміст і таку ж спрямованість.

Загальні організаційні поради

Загальний інструктаж з виконання домашніх завдань проводять завжди наприкінці заняття. Більш детальні роз'яснення, практичну допомогу можна надавати під час консультативних годин. Консультації також можна використовувати для опрацювання того, що учні не встигли зробити в аудиторії.

Щодо есе. У цьому контексті метою написання есе є саме рефлексія особистості як внутрішня робота учня з виявлення свого ставлення, морального самовизначення, висловлення власних думок щодо зазначеної теми. Тому обсяг есе може бути досить лаконічним, а грамотність тексту, художність викладу не мають особливого значення. Для тих, хто не встигає або хоче висловитися більш розлого, запропонувати завершити роботу вдома. Щоб більш ефективно здійснювати контроль за роботою учнів та аналізувати їхню спроможність рефлексувати, а також виявляти динаміку внутрішнього світу дітей, учитель має отримати від своїх вихованців тексти есе, які за бажанням можуть мати

анонімний формат (у вигляді роздруківки або в інший спосіб), що дасть дітям більше свободи і сміливості у висловлюванні сокровенних думок.

Завдання, виконані в аудиторії, домашні колективні і самостійні проєкти – усе виносять на Конкурс, запланований на підсумкове заняття для оцінювання практичних здобутків і підбиття підсумків щодо ефективності курсу розвитку патріотизму (Підсумкова частина).

Оцінювання педагогом роботи учнів в аудиторії має бути *структуроване* за когнітивно-інструментальними і комунікативними аспектами. Тобто треба відзначити: як слухачі оперують новими знаннями, як аналізують інформацію, як швидко можуть знайти потрібну інформацію в гаджетах, як комунікують між собою під час роботи в групах, у процесі обговорення.

Наприкінці кожного заняття також варто дотримуватися певних правил.

Обов’язково підбивати підсумки

Варіант 1. Версія особистісної рефлексії. Заповнити заздалегідь підготовлені бланки з нижчезазначеними запитаннями.

Варіант 2. Версія комунікативної рефлексії: почути про набутий досвід інших, порівняти зі своїм.

Запитання до аудиторії / для анкети:

Чи сподобалася тема?

Що було найбільш цікавим/нецікавим?

Що нового дізналися під час заняття?

Яку користь для себе ви отримали на занятті і чи будете застосовувати це на практиці?

Варіанти підбиття підсумків можна чергувати відповідно до часових можливостей: якщо часу залишилося замало, краще заповнити бланки. Навпаки, якщо часу вистачає, відповіді на запитання можна перетворити на коротке обговорення.

Проводити взаємне оцінювання співпраці

З боку педагога: короткий аналіз та узагальнене оцінювання роботи аудиторії; наведення прикладів позитивних, вдалих/невдалих моментів співпраці.

Зворотний зв'язок від слухачів спрямувати такими запитаннями: Чи задоволені ви викладенням теми? Які недоліки і позитивні моменти ви помітили у викладенні теми? Які ваші пропозиції щодо покращення проведення подальших занять з теми «...»?

Загалом, попри можливі критичні зауваження щодо оцінювання роботи аудиторії або дій окремих учнів, *емоційний тон педагога має бути позитивним*. Таким чином молоді надається приклад *конструктивного і доброзичливого оцінювання* як заняття, так і самої роботи педагога.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Нормативно-правові документи

Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2010). *Освіта*, № 32 (7-14 липня). С. 3-4.

Концепція національно-патріотичного виховання дітей та молоді (2019). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0641729-15#Text>

Про затвердження Державної цільової соціальної програми національно-патріотичного виховання на період до 2025 року (2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/673-2021-%D0%BF#Text>

Про затвердження рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України» (2017). Указ Президента України № 47 від 25 лютого 2017 р. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>

Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності (2022). Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/283420?fbclid=IwAR0IseSkKwbZj7PCLZHhNa2rjTIXH5r2sAXyjBapT2vxohegQA44yOcskbE#Tex>

Указ Президента України «Про Стратегію національно-патріотичного виховання дітей та молоді на 2016–2020 роки» (2015). URL: <https://www.president.gov.ua/documents/5802015-19494>

Основна література

Андрущенко, Т. В., & Зеленін, В. В. (2022). *Психологія політичної пропаганди*, Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Гнозис.

Бех, І., & Чорна, К. (2015). Програма українського патріотичного виховання дітей та учнівської молоді. *Гірська школа Українських Карпат*, 12-13, 26–37.

Боришевський, М. Й. (1999). Національна самосвідомість особистості: сутність та шляхи становлення. *Система виховання національної самосвідомості учнів загальноосвітньої школи* (с. 189–219). Київ: Райдуга.

Вашенко, Г. (1954). *Виховання любові до Батьківщини (націоналізм і інтернаціоналізм)*. Лондон: Видання КК СУМ у В. Британії.

Вознесенська, О. (2011). Медіа-активність як фактор становлення особистості сучасного студента. *Генеza буття особистості*, Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції 19-20 грудня 2011 р. Т. 2 (с. 18–25). Київ: Інформаційно-аналітичне агентство.

Гонський, В. (2012). *Людина і нація. Час воїнів*. Київ: Основа.

Девтеров, І. В. (2012). *Соціалізація людини в кіберпросторі*. Київ: НТУУ «КПІ», ВПІ ВПК «Політехніка».

Донцов, Д. (1936). *Патріотизм* (с. 48–63). Львів: Книгозбірня Вістника.

Колодій, А. (2004). Національна єдність і патріотизм як чинники національної безпеки. В: *Національна безпека України. Конференція українських випускників програм наукового стажування у США*. 16-19 вересня 2004 р. (с. 39–61). Київ: Стилос.

Колодій, О. (2010). Понятійна структура категорії «патріотизм». *Вісник Житомирського державного університету. Вип. 49. Педагогічні науки*, с. 71–75.

- Куляс, І. (2018). *Як розпізнати пропаганду у ЗМІ*. Київ: ГО «Детектор медіа».
- Курбан, О. В. (2016). *Сучасні інформаційні війни в мережевому онлайн-просторі*, Навчальний посібник. Київ: ВІКНУ.
- Матяшук, В. П. (2014). *Сучасне патріотичне виховання в школах України*. Тернопіль: Мандрівець.
- Найдьонова, Л. А. (2015). *Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу*. Вид. друге, стер. Кіровоград : Імекс ЛТД.
- Найдьонова, Л. А. (2020). Психологічні проблеми кіберсоціалізації в умовах інформаційної війни. В Л. А. Найдьонова, Н. Л. Дятел (Ред.), Ю. С. Чаплінська (Уклад.), *Кіберсоціалізація* (с. 23–27). Кропивницький: Імекс-ЛТД.
- Найдьонова, Л. А., & Череповська Н. І. (Наук. ред.). (2014). *Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів*. Київ: Міленіум.
- Остапенко, І. В. (2022). *Медіаконтент як засіб розвитку громадянської компетентності молоді*, Методичні рекомендації. Кропивницький: Імекс-ЛТД.
- Петронговський, Р. Р. (2003). *Теорія і практика формування патріотизму старшокласників*. Житомир: Полісся.
- Почепцов, Г. (2018). Як змінився інформаційний світ. В І. Куляс, Н. Лигачова, О. Довженко (Ред.), *Як розпізнати пропаганду у ЗМІ*. Київ: ГО «Детектор медіа».
- Почепцов, Г. (2000). *Психологические войны*. Киев: Ваклер.
- Слюсаревський, М. М. (2013). Медіаорієнтаційна функція освіти як відповідь на виклики інформаційної доби. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 33 (36), 3–17.
- Череповська, Н. І. (2009). Медіаторчість як соціально-психологічний ресурс особистості. Типологія відеосприймання. У В. О. Моляко, *Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України*. Т 12, вип. 8, с. 318–325.
- Череповська, Н. І. (2010). *Феномен медіаторчості. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ. Візуальна медіакультура*. Київ: Шкільний світ, с. 110–116.
- Череповська, Н. І. (2014). Візуальна медіакультура у постмодерну добу. У *Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення та творчого сприймання. Методичні рекомендації до медіаосвітнього курсу «Медіакультура» для старшокласників загальноосвітніх навчальних закладів*. Київ: Міленіум, с. 100.
- Череповська, Н. І. (2017). *Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді*. Кропивницький: Імекс-ЛТД.
- Череповська Н. І. (2020). Медіаосвітні практики розвитку інформаційного патріотизму молоді. *Проблеми політичної психології*, 9 (23), 241–254.
- Череповська, Н. І. (2021). Медіапсихологічні особливості патріотизму в інформаційну добу. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 48(51), 248–260.
- Череповська, Н. І. (2021а). Інформаційний патріотизм молоді як протидія ворожій пропаганді. У С. Д. Максименко (Ред.), *Збірник матеріалів методологічного семінару НАПН України: Актуальні проблеми психологічної протидії негативним інформаційним впливам на особистість в умовах сучасних викликів*. 8 квітня 2021 року, Київ (с. 445–452). Київ: Педагогічна думка.
- Череповська, Н. І. (2023). Патріотизм молоді цифрової доби: інновації розвитку. В *Національно-патріотичне виховання дітей та молоді в умовах воєнного стану та*

повоєнного відновлення України: стратегії і завдання, Збірник тез методологічного семінару (м. Київ, 6 квітня 2023 р.) (с. 486–493). Івано-Франківськ: НАІР.

CyberPatriot (2022). The National youth Cyber Education Program. AFA (Air Force Associations). <https://www.uscyberpatriot.org/>

Додаткова література

Бим-Бад, Б. М., Поведская, Е. В., & Масейра, А. Д. (2007). *Человек и новые информационные технологии. Завтра начинается сегодня*. Санкт-Петербург: Речь.

Вагнер, Т., & Дінтерсміт, Т. (2017). *Мистецтво навчати. Як підготувати дитину до реального життя*. Київ: Наш Формат.

Керделан, К., & Грезийон, Г. (2006). *Дети процессора: Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых*. Пер. А. Луцанова. Екатеринбург: У-Фактория.

Козаченко, О. О. (2012). Соціальні медіа як інструмент патріотичного виховання. В *Матеріали 6 Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальний розвиток України та патріотичне виховання громадян», 18-19 жовтня 2012 р.* (с. 369–371). Запоріжжя.

Смолл, Г., & Ворган, Г. (2011). *Мозг онлайн. Человек в эпоху Интернета*. Пер. Б. Козловський). Москва: КоЛибри: Азбука_Аттикус.

Електронні джерела

Використання комп'ютерних технологій для стилізації малюнків під різні види художньо-творчих робіт.

URL: https://vuzlit.com/595443/vikoristannya_kompyuternih_tehnologiy_stilizatsiyi_malyunkiv_ri_zni_vidi_hudozhno_tvorchih_robit

Гай-Нижник, П. П. (2011). *Проект Концепції Загальнодержавної цільової соціальної програми патріотичного виховання населення на 2013–2017 роки*. URL: [http://hai-nyzhnyk.in.ua/doc2/2011\(12\).proekt.php](http://hai-nyzhnyk.in.ua/doc2/2011(12).proekt.php)

Глущенко, К. Як навчати покоління Z? URL: <https://buki.com.ua/news/pokolinnya-z/>

Гонський, В. (2010). *Польові дослідження з українського сенсу*. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2010/10/25/5502041/>

Горностай, П. П. *Гражданское общество Украины: свобода или смерть*. URL: <http://gorn.kiev.ua/publ93.htm>

Горностай, П. П. *Информационный Франкентейн, или Реальные последствия информационной войны*. URL: <http://gorn.kiev.ua/publ89.htm>

Горностай, П. П. (2022). *Війна ідентичностей: хто кого. Міжгрупова взаємодія в умовах війни: ідентичності, картини світу, додання травми*, Матеріали круглого столу (Київ, 9 червня, 2022 р.), Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології, Асоціація політичних психологів України (с. 12–16). Київ: Талком.

Девтеров, И. В. (2010). *Особенности процесса киберсоциализации личности*. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/33880/1/Cybersocialization.doc>

Дубинянський М. (2016). *Синдром вболівальника*. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2016/06/20/7112166/>

КІШГ «Кіберджура». URL: <https://www.facebook.com/cyberdjura>

Контрпропаганда. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Контрпропаганда>

Липинський, В. (1925). *Націоналізм, патріотизм і шовінізм. (Лист до Б. Шемета, писаний у Райхенау, Австрія від 12 грудня 1925 р.)*. URL: [http://hai-](http://hai-nyzhnyk.in.ua/doc2/1925(12)12.lypynskiyi.php)

[nyzhnyk.in.ua/doc2/1925\(12\)12.lypynskiyi.php](http://nyzhnyk.in.ua/doc2/1925(12)12.lypynskiyi.php)

Магда, Є. (2015). *Гібридна війна: питання і відповіді* URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/13805/2015-07-27-gibrydna-viyna-pytannya-i-vidpovidi/>

Малиновський, В. (2013). Конценція територіального патріотизму В. Липинського в сучасних процесах формування політичної нації. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/842>

Миронова, Н. *Бумери, міленіали, покоління Z – хто це? Розбираємось в теорії*. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2020/02/9/239843/>

Муджирі, Є. (2022). *Якими соцмережами користуються українці під час війни: статистика*. URL: <https://speka.media/yakimi-socmerezami-koristuyutsya-ukrayinci-pid-cas-viini-doslidzennya-p22nyp>

Основні етапи соціалізації особистості. Поняття про соціалізацію особистості, механізми соціалізації. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/sociology/12652/>

Осюхіна, М. *Фальшиві новини: фейки та їх наслідки*. URL: https://crkp.sumdu.edu.ua/images/fake_compressed_1.pdf

Покоління Z: «Міленіали на стероїдах», які вирости з телефоном в руці. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28920838.html>

Патріотизм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

Почепцов, Г. (2015). *Гібридна війна: інформаційна складова* URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/14501/2015-10-25-gibrydna-viyna-informatsiyna-skladova/>

Почепцов, Г. (2016). *Гібридно-інформаційна війна породжує гібридну дійсність*. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/16917/2016-07-03-gybrydno-ynformatsyonnaya-voyna-porozhdaet-gybrydnuyu-deystvytelnost/>

Почепцов, Г. (2016). *Гібридно-інформаційна війна і роль пропаганди і контрпропаганди*. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/16878/2016-06-26-gybrydno-ynformatsyonnaya-voyna-y-rol-propagandy-y-kontrpropagandy/>

Пропаганда. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

Пропаганда: історія питання. URL: <https://uchoose.info/propaganda-istoriya-pytannya/>

Пропаганда. Додаток 5 (с. 176–184). URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediapsychologichni-resursy-podolannya-travmy-vijny-2/>

Рефлексія як психологічний механізм. URL: <https://www.google.com.ua/search?q>

Секретні матеріали: Повна типологія найбільш небезпечних фейків. URL: <https://platfor.ma/specials/sekretni-materialy-povna-typologiya-najbilsh-nebezpechnyh-fejkiv/>

Снопко, О. (2022). *Дивимося, читаємо, слухаємо: як змінилося медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни*. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/22/7353987/>

Согорін, А. А. (2016). Реклама як засіб патріотичного виховання (за результатами масового та експертного опитувань). *Український соціум*, 4 (59), 134–139.

Соціалізація особистості. URL: <http://nkkep.com/wp-content/uploads/2020/10/GRS11-GO-P12-GO.pdf>

Соціалізації особистості: сутність, агенти, етапи. URL: <https://pidru4niki.com/17910211/>

Теорія поколінь Штрауса-Гоува. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%D0%A8%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%83%D1%81%D0%B0-%D0%93%D0%BE%D1%83%D0%B2%D0%B0

Трошинський, В. (2007). Під територіальним патріотизмом варто розуміти загальнодержавний патріотизм. URL: <http://dialogs.org.ua/ru/dialog/page60-1025.html>

Хто такі покоління Z і чого вони бажають? URL: <http://practicum.space/z-generation>

Череповська, Н. І. (2020а). Інформаційний патріотизм молоді: медіаторчість. В *Медіаторчість у сучасних реаліях: протистояння медіатравмі*, Матеріали Всеукраїнської наукової інтернет-конференції (з міжнародною участю) (м. Київ, 19 червня 2020 р.). Видання третє. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/iii-vseukrayinska-naukovo-praktychna-internet-konferentsiya-z-mizhnarodnoyu-uchastyu-mediatvorchist-v-suchasnyh-realiyah-protystoyannya-mediatravmi/>

Череповська, Н. І. (2021b). Патріотична активність молоді в соціальних мережах: медіаторчість. В Л. А. Найдьонова (Ред.), *Медіаторчість у сучасних реаліях: протистояння медіатравмі*, Матеріали Всеукраїнської наукової інтернет-конференції (з міжнародною участю) (м. Київ, 25 червня 2021 р.). Випуск четвертий. URL: http://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2021/09/Cherepovska_Patriotychna_akyvnyist_molodi_mediatvorchist.pdf

Череповська, Н. І. (2021с). Оновлення національних символів у контексті розвитку інформаційного патріотизму молоді. В О. В. Яремчук, & В. М. Саєнко (Ред.), *Історія в нас і ми в історії: психологія історичної пам'яті*, Матеріали П'ятого круглого столу круглого столу (з міжнародною участю). Спецпроект «Історична нарація та її вплив на національну свідомість українців» (25 жовтня 2021 р.). URL: <https://ispp.org.ua/2021/12/23/materiali-v-kruglogo-stolu-z-mizhnarodnoyu-uchastyu-mi-v-istoriii-i-istoriya-v-nas-psixologiya-istorichnoi-pamyati-25-zhovtnya-2021-r-m-kiiiv/>

Череповська, Н., & Умеренкова, Н. (2021). Ознаки інформаційної війни. В Н. Череповська (Уклад.), *Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни*. 2-ге вид., випр. та доп. (с. 83–84). Київ. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediapsyhologichni-resursy-podolannya-travmy-vijny-2/>

Череповська, Н., & Умеренкова, Н. (2021а). Пропаганда в інтернеті: як розпізнати пропаганду й уберегтися від її психологічного впливу? В Н. Череповська (Уклад.), *Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни*. 2-ге вид., випр. та доп. (с. 82–89). Київ. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediapsyhologichni-resursy-podolannya-travmy-vijny-2/>

Шутов, Р. *Пропаганда та маніпуляції*. URL: <http://mediadriver.online/>

Ярмак, Я. *Критерії розпізнавання пропаганди*. URL: <https://www.ea.org.ua/2020/02/21/propaganda-kryterii/>

4 способи уникнути фотофейків. URL: <https://internews.ua/opportunity/4-sposobi-uniknuti-fotofejkiiv>

12 інструментів, які допоможуть викрити фейк. URL: <https://ms.detector.media/how-to/post/16830/2016-06-21-12-instrumentiv-yaki-dopomozhut-vykryty-feyk/>

Cyberpatriot. URL: <https://www.uscyberpatriot.org/>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

Додаток 1.1

Навчально-тематичний план курсу «Патріот цифрової доби» (30 акад. год.)

Назва теми	Кількість годин				
	Мінілекції Практичні заняття Есе Дискусії, обговорення	Домашня робота	Консультації	Оцінювання	Усього
Введення до курсу Кіберсоціалізація	2	1	-	-	3
Модуль 1. Збереження і поширення українського медіаконтенту в соціальних мережах	6	1		-	7
Модуль 2. Захист інформаційного простору від ворожої пропаганди в соціальних мережах	6	1		-	7
Модуль 3. Творення нових, оновлення традиційних українських символів: медіатворчість	6	1		-	7
Конкурс найкращих робіт: патріотичний контент	2	-	-	-	2
Оцінювання результатів навчання/конкурсу	-	-	-	1	1
Консультації	-	-	3	-	3
Усього	22	4	3	1	30

Результати всеукраїнського експерименту дослідження патріотизму учнівської молоді та її патріотичної активності в соціальних мережах (2018–2020 рр.)



Рисунок 1. Патріотизм молоді: 2018 – 2020 рр.

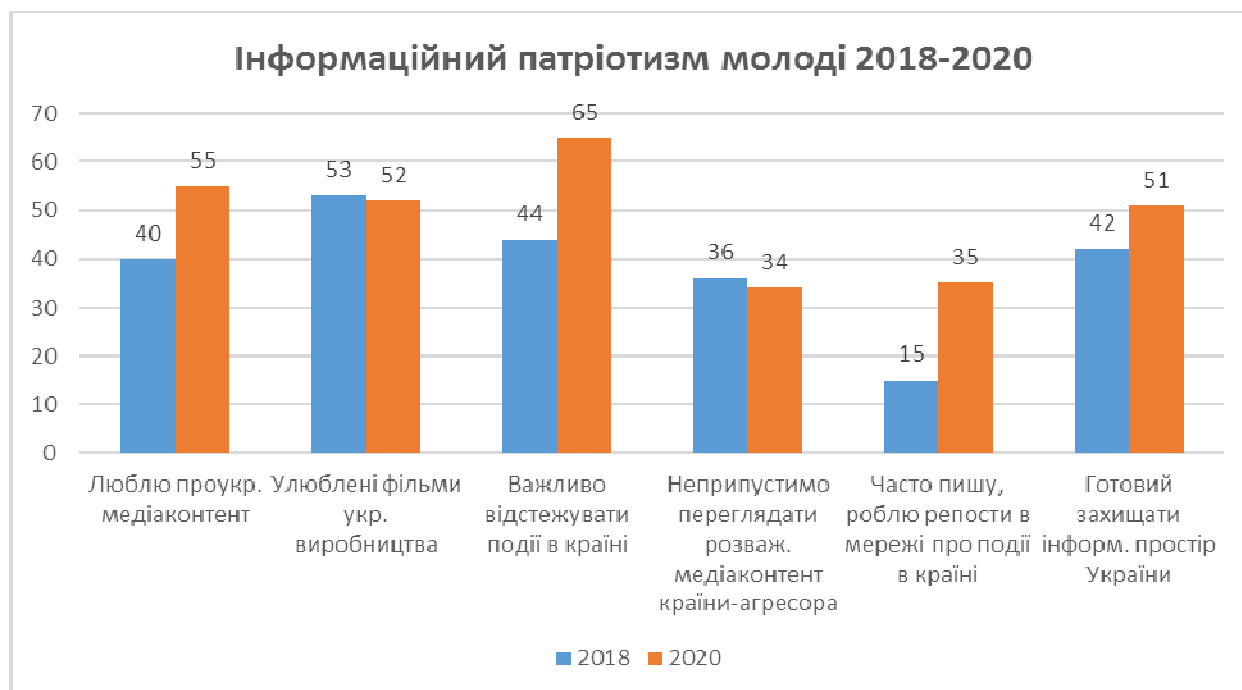


Рисунок 2. Патріотична активність молоді в соціальних мережах в інтерактивному інформаційному середовищі: 2018–2020 рр.

Приклад класифікації основних видів медіа- та цифрової продукції

Медіа- та цифрова продукція			
Види медіа:	Фотографія	Кіно	Телебачення
Медіаформати:	друкована, цифрована	художні (ігрові), документальні, документально- ігрові, анімаційні, стрічки	телепрограми телетрансляції телереклама телесеріали
Жанри:	портрет, пейзаж, міська фотографія, «вуличне», «медійне», предметне, спортивне фото, «фейшн», фото тварин та ін.	історичні, комедії, мелодрами, воєнні, бойовики, гостросюжетні, фентезі, казки, екранізації, драма, трилер та ін.	інформаційні, розважальні, політичні, культурні та ін. телепрограми спортивні, з місця подій, культурні та інші телетрансляції комерційна, соціальна, політична телереклама телесеріали – охоплюють усі кінематографічні жанри

Інтернет – як цифрова технологія, інтегрує в собі усі види медіа в різних форматах, жанрах і презентує їх у цифровому форматі. Крім того, має свої специфічні формати як то: «жива» фотографія, гіфка, стріми, інтернет-видання, цифровані тексти та інше.

ДОДАТОК 2

Додаток 2.1

Основні методи сучасної інформаційно-психологічної війни

Основні методи наступальної інформаційно- психологічної війни	Основні методи захисної інформаційно- психологічної війни
Пропаганда Маніпулювання свідомістю аудиторії Дезінформація як неповна/викривлена Фальсифікація – викривлення фактів, створення альтернативної реальності Масове створення брехливої інформації	Контрпропаганда Свідоме ставлення до будь-якої інформації Інтелектуальна активність (критичне мислення, переосмислення, гумор) Створення альтернативних інформаційних медіаконтентів як заперечення брехливої інформації та аргументація неправдивості Створення медіаконтенту наступального характеру («біла», пряма пропаганда проукраїнського змісту)

Техніка «Саморегуляція уваги режиму сприймання різноформатного медіаконтенту»

Мета: розвиток саморегуляції уваги сприймання різноформатного медіаконтенту й пропагандивного зокрема.

Різні медіаформати і жанри потребують різних типів перегляду (раціональний, емоційний, змішаний). Саморегуляція полягає в довільній організації уваги як переведенні її в різний, відповідний медіаформату, режим сприймання перед початком перегляду.

Засвоєння зазначеної техніки має починатися з надважливої настанови: спочатку – пам'ять про саморегуляцію загалом, а вже потому – налаштування на певний режим перегляду. Пізніше переведення уваги відповідно до медіаконтенту має стати автоматичним.

Медіаконтент	Бажаний режим сприймання	Очікувані результати
новини, аналітичні, інформаційні, науково-популярні програми;	раціональний,	пріоритет <i>раціонального аналітичного</i> сприймання дає змогу менш емоційно, проте більш адекватно реагувати на медіаконтент;
музичні, розважальні спортивні програми; анімаційні, художні стрічки;	емоційний,	пріоритет <i>емоційного, асоціативного</i> сприймання; раціональний аналіз передбачається після перегляду;
документальні фільми (наукові, ігрові, культурно-мистецькі...), відео (розважальні або документального характеру), спеціальні програми у форматі інфотейнменту, коли ЗМІ подають події в розважальній формі	змішаний (як емоційно-когнітивний або когнітивно-емоційний)	пріоритет провідного режиму сприймання залежить від жанру, змісту медіаконтенту і тому передбачає різні режими емоційного, когнітивного сприймання. Щоб убезпечити себе від непотрібних емоцій і зайвого інтелектуального напруження, треба добре розумітися саме на жанрах медіаконтенту

Техніка «Шість принципів побудови пропаганди»

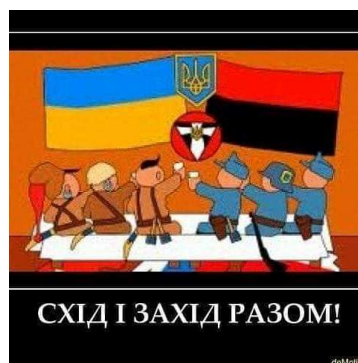
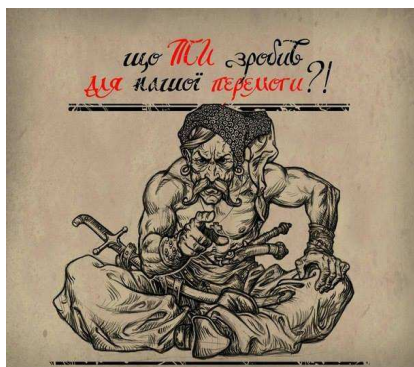
Пропаганда заснована на шести основних принципах, які маємо знати, щоб розуміти її суть, базові структурні елементи:

- 1) пропаганди має бути багато;
- 2) вона має бути зрозумілою пересічній людині і навіть підлітку;
- 3) її зміст має вміщуватися в гаслі; три усталені форми гасел: «заклик», «заперечення», «ствердження»;
- 4) гасла мають бути короткими й однозначними;
- 5) зміст пропаганди має шокувати (бути неочікуваним, здатним здійснити інтенсивний психологічний тиск);
- 6) пропаганда має якомога більше впливати на емоції людини, бо саме вони «заважають» мисленню.

Графічне зображення пропаганди за її гаслами: сучасна українська пропаганда



«Ствердження»



«Заклик» «Ствердження»



«Заклик»: 1. Борітеся – поборете! 2 і 3: «Конфлікт» як протистояння



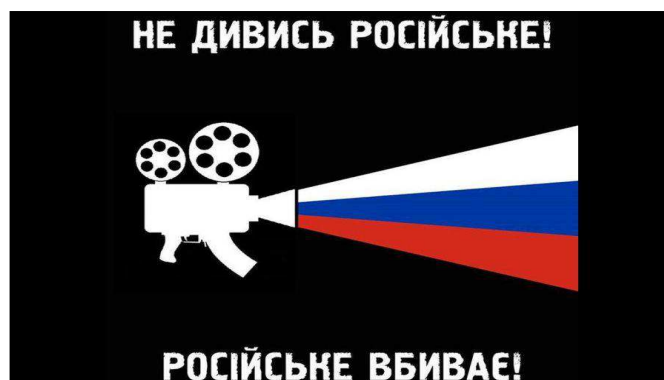
«Ствердження» (з вірою в майбутнє; зв'язок поколінь/предків)



«Ствердження» (сучасність: фронтальна постать; зв'язок поколінь/предків)



«Ствердження» (сучасність: фронтальна постать)



«Заклик» до культурного відродження українців



Гасло як **ствердження** одвічно українських цінностей:
ушавлення своєї країни та її героїв

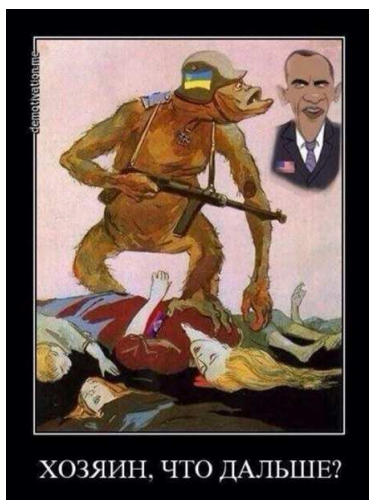
Види пропаганди за способом презентації

«Біла» пропаганда: зображення



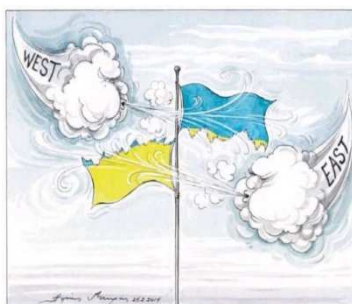
Відкрите просування власних цінностей, які не зашкоджують інтересам інших

«Чорна» пропаганда: зображення



1. Приниження України як нібито виконавиці наказів американських господарів.
2. Паплюження Небесної Сотні, а відповідно й українських цінностей.

«Сіра» пропаганда: зображення



1. Україна має розділитися на Бандерівщину і Новоросію.
2. Україна не може визначитися з геополітичним вектором свого розвитку.
3. «Схід» і «Захід» разом – це нібито несумісне, суперечливе явище

Техніка «Як відрізнити пропаганду від інформування»

Мета: *навчити* відрізняти пропаганду або її елементи від інформації. Пропаганда або її елементи можуть бути в різних медіаформатах: рекламі, фільмах, телепрограмах. Порівняймо два феномени – пропаганду та інформування.

Суть явищ/критерії	Пропаганда	Інформування
Мета	<i>нав'язати</i> інформацію	<i>передати</i> інформацію
Спрямованість на канали сприймання	<i>емоції, почуття</i>	<i>когнітивні процеси</i> : осмислення, аналіз, цікавість
Очікуваний емоційно-когнітивний результат	гордість, відчуття належності до чогось значного, бажання діяти, ненависть, страх	обізнаність, інтерес, бажання дослідити, доповнити здобуті знання
Методи презентації інформації	маніпулювання символами, стереотипами, перекручування фактів, перебільшення, посилення на «авторитети», прикрашання, зневага	опис, передавання, відображення, порівняння
Ставлення до предмета сповіщення	<i>емоційно позитивне / негативне</i>	<i>емоційно нейтральне</i>
Тип інформації	неточна, часткова, прихована, брехлива	точна, повна, відкрита
Цільова аудиторія	широкі верстви населення своєї/іншої країни; конкретні соціальні, вікові групи	широкі верстви населення своєї/іншої країни; конкретні соціальні, вікові групи
Результат для аудиторії	залучена до дії, зміна поглядів, викривлення світоглядних позицій	обізнана

Примітка. Часто-густо в деяких аналітичних телепрограмах, теленовинах використовують елементи пропаганди. Це: надмірна емоційна забарвленість лексики ведучих теленовин; апелювання до емоцій широкої аудиторії телеглядачів; маніпулювання інформацією, дезінформація, просування неоднозначних ідей тощо.

Техніка «Рефлексія емоцій і почуттів»

Мета: *розвивати* здатність до рефлексії власних емоцій, почуттів, викликаних переглядом медіаконтенту; допомогти людині усвідомити свої переживання, глибше пізнати себе, краще розуміти інших.

Схема етапів рефлексії для учасників групи «Шість кроків»:

- 1 – *розслаблення* на рівні тіла;
- 2 – «*що*» в переглянutoму медіаконтенті/фрагменті найбільше вразило?
- 3 – якими влучними *словами* можна означити ці емоції, почуття, відчуття?
- 4 – *чому саме це* «зацепило»?
- 5 – який *смісловий досвід* ви набули завдяки цим переживанням?
- 6 – за бажанням *стисло висловити свої думки* щодо отриманих вражень.

Суть рефлексивної роботи з емоціями і почуттями:

1. *Розслаблення на рівні тіла.* Забезпечує більшу концентрацію на внутрішній роботі: запропонувати учасникам зручно сісти, заплющити очі (або опустити донизу), подумки повільно порахувати до 10 і розслабитися (1 хв.).

2. *Фіксація емоцій, почуттів.* Зважаючи на те, що емоції, почуття є швидкоплинними, динамічними психічними утвореннями, їх відразу після перегляду медіаконтенту бажано зафіксувати: пригадати, визначити те, «що саме» вразило, – найбільш виразні моменти, які викликали позитивні або негативні враження.

Тобто треба «впіймати емоцію» (1 хв.).

3. *Вербалізація емоцій, почуттів.* Передбачає переформулювання емоційно-почуттєвого, образного в абстрактне – у слово. Заховане в слові емоційне враження переходить у раціональну площину, чим полегшується його усвідомлення; усуваються перешкоди для подальшої аналітичної роботи з емоціями і почуттями.

Вербалізація має єдину, проте важливу вимогу: зафіксовані щодо сприйнятого переживання слід якнайточніше означити відповідним словом.

Тобто дати найбільш точну «назву емоції», щоб «раціоналізувати» її (3 хв.).

4. *Осмислення емоційно-почуттєвих вражень* – процес, який уточнює вербальний код отриманих емоцій і має визначити внутрішню причину: чому мене «зацепило» саме це?, що воно значить для мене?

5. *Інтеграція отриманих вражень з власним досвідом.* Передбачає зіставлення з особистими смислами та з'ясування такого: чи вписуються зазначені переживання в систему цінностей, переконань, світогляд особистості?; як вони впливають на внутрішній досвід: збагачують, уточнюють, пояснюють, зміцнюють, розвивають тощо?; якщо зазначені переживання не є конструктивними (страх, розпач, зловтіха, агресія тощо), то чи потребують вони додаткової внутрішньої роботи з боку особистості?

Тобто отримані враження потрібно зіставити з власним досвідом.

Одним із варіантів додаткового опрацювання негативних емоцій, почуттів може бути їх озвучення в групі за умови доброзичливого ставлення учасників одне одного.

6. *Обговорення отриманих вражень* щодо переглянутого проводять за бажанням учасників відразу після рефлексивної роботи (5 хв.).

У форматі заняття надважливими є перші три етапи рефлексії й коротке обговорення з участю «добровольців». Інші етапи рефлексивної роботи – як осмислення вражень та їх інтеграція з власним досвідом – потребують більше часу і можуть здійснюватися самостійно або в розширеному форматі Медіаклубу.

Основні правила самозахисту від пропаганди

Подбай про себе сам, тому що кожна людина особисто відповідальна перед собою – за зміст своєї свідомості і внутрішнього світу зокрема:

1. Розвивай, активізуй **логічне, критичне мислення**: не треба вірити всьому, що показують і розказують в ЗМІ та інформаційному просторі, соціальних мережах; треба самому аналізувати й критично оцінювати сприйняте.

2. **Переводь увагу** щодо режиму сприймання відповідно до медіаформату і його жанру: переглядаючи новини, аналітичні програми, не реагуй емоційно, а, навпаки, намагайся сприймати цей формат суто раціонально.

3. **Звертай увагу на свої емоції**, які мимовільно виникають під час сприймання медіаконтенту, а після перегляду, якщо тебе щось емоційно «зачепило», застосовуй техніку рефлексії емоцій і почуттів.

4. **Застосовуй знання про пропаганду** проти неї самої: чим більше ти знаєш про різні види, способи і засоби її впливу, тим менший ризик підпасти під нього, бо «знання – сила».

5. **Пам'ятай про свою роль як патріота** в поширенні проукраїнського медіаконтенту та знешкодженні ворожої пропаганди в українському сегменті кіберпростору.

6. Твоя регулярна **патріотична активність в інформаційному просторі** та **друзі-однодумці** зміцнюють твій самозахист проти шкідливих ідеологічних впливів.

ДОДАТОК 3

Додаток 3.1

Принцип «запозичення» в медіамистецтві



Леонардо да Вінчі. Джоконда





Леонардо да Вінчі. Дівчина з горностаєм





Ян Вермейер Делфтський. Дівчина з перлиною сережкою



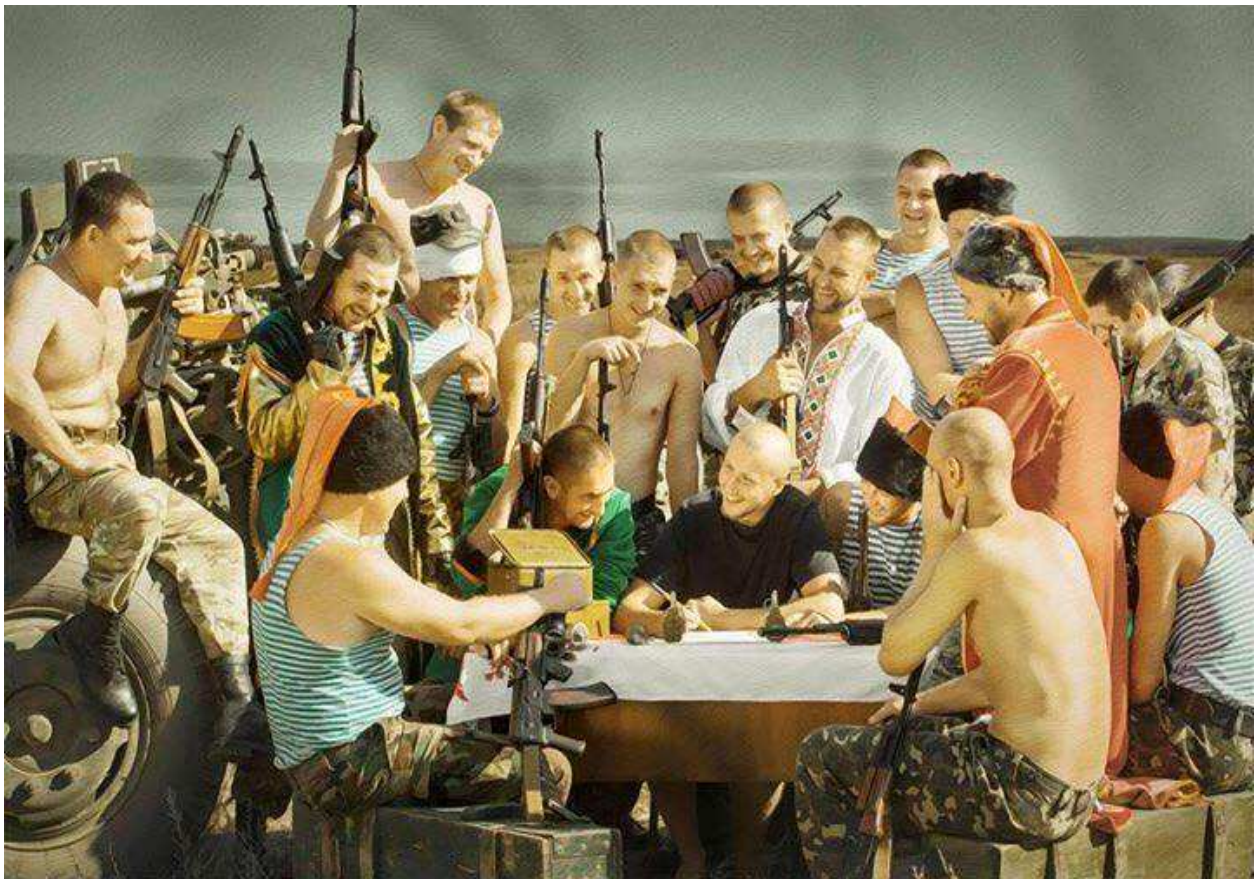


Дієго Веласкес. Венера перед люстром



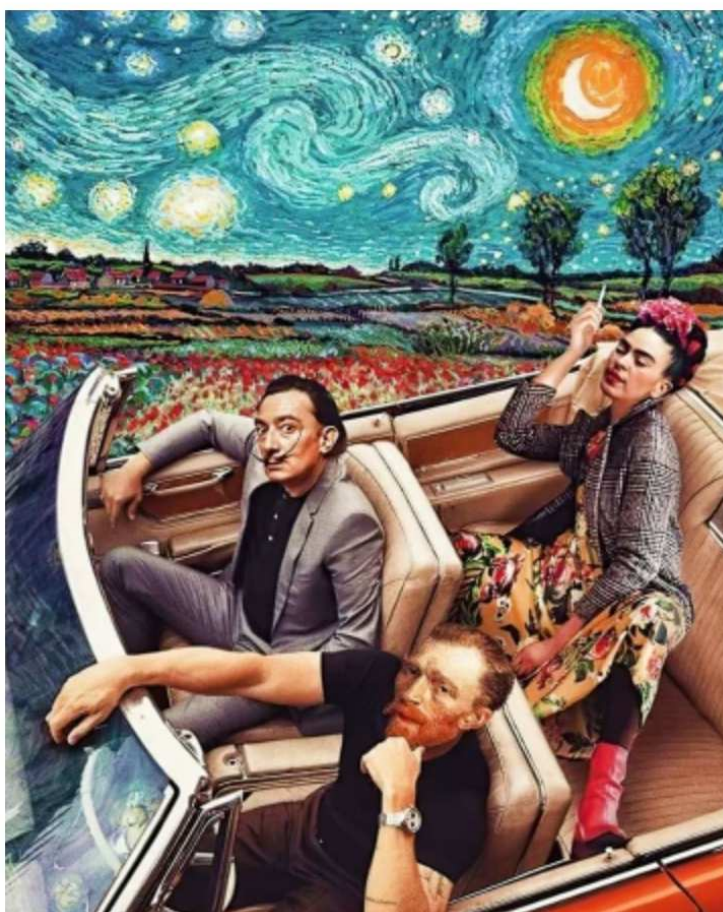


Ілля Рєпін. Запорозьці пишуть листа турецькому султану



Перформанс. Українські військовослужбовці пишуть листа Путіну

Принцип «компіляції» в медіамистецтві

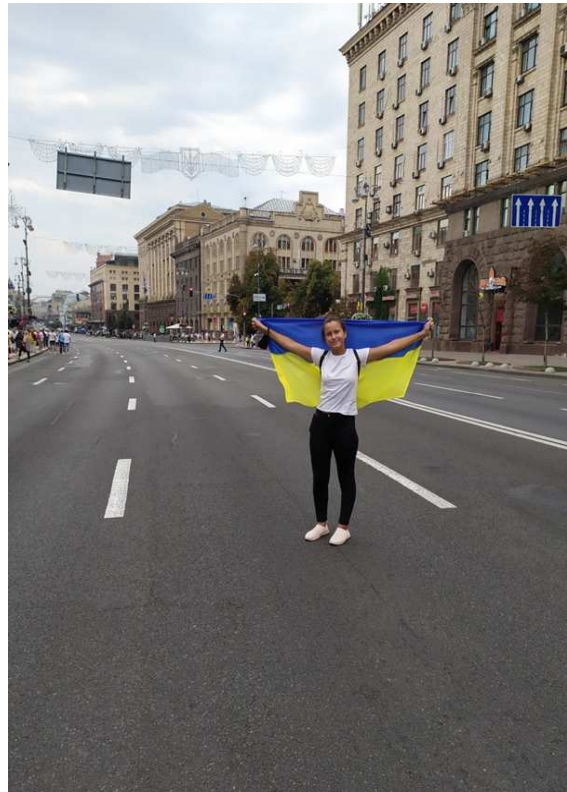




**Знайти якнайбільше скомпільованих елементів, які породжують новий
смісл**

Додаток 3.3

ФОТОКОНКУРС 2021: «Моя рідна Україна»



1. Піструй Антоніна. Немає кращого куточка на землі (старша школа).
2. Злочевська Ганна. Немає у світі більш святого – і не буде ніколи (базова школа).



4. Мік Владислав. У минулому – наше майбутнє (старша школа).



1. Яровенчук Віталій. Щедре літо



2. Жигайло Ганна. До сонця (базова школа)



1. Олійник Вероніка. Джмелик (молодша школа)



2. Почекаєва Вероніка. Завтра не буде так! (старша школа)

Сучасна медіаторчість: мисленнєві дії аналогізування



Ян Вермейер, Дівчина з перлиною сорежкою



Вінсент Ван Гог. Автопортрет



О. Ренуар. Портрет мадам Самарі



Фріда Кало. Автопортрет



Мікеланджело Мерізі да Караваджо. Юнак з корзиною фруктів



Василь Тропінін. Дівчина з Поділля



Харитон Платонов. Оксана



Відома гуцулка Чукутиха і її сучана «версія»

Додаток 3.5

Сучасна медіаторчість: мисленнєві дії комбінування



Славнозвісна Джоконда Леонардо до Вінчі: додавання елементів



Фотоколажі: 1 – Тарас Шевченко, 2 – світлини лікарів, які загинули від COVID



Рафаель Санті. Афінська школа. Фрагмент картини поєднано з додаванням коментарів



:
 Поєднання таких символів, як Прапор, Ідея Нації, Тризуб, візуально відображає
 сучасну українську ідеологію



Комбінування: воїн ЗСУ, щит і меч, крила Архангела Михайла, козацькі хрести



Композиція з різних світлин дівчат в українському вбранні



Фотоколаж на тему «Я люблю Україну»



Колаж. Презентація творчості народної художниці Катерини Білокур

З ДНЕМ НАРОДЖЕННЯ, КОБЗАРЮ!



Комбінування зображення Тараса Шевченка і вітання з днем народження



1. Вітання до Дня захисника України
2. Великий друг України Борис Джонсон



- Гумор в аматорській медіаторчості
 Проста комбінація: поєднання двох фото з додаванням шрифту (підпису)
3. Як відрізнити свій танк від чужого?
 4. Мрії дівчат



Прапор і Герб / Тризуб. Якщо креативу й замало, то просто красиво і приємно для ока



Схожа версія попереднього комбінування, але вже з додаванням світлин Шевченка, творчість якого нас надихає: Борітеся – поборете!



Елементи комбінування:
тло Прапора, офіційні гасла, стилізований Тризуб і Козак породжують певний сенс



Елементи комбінування: Тризуб , Прапор, світлина краєвиду в національних кольорах якщо
й не породжують нового сенсу, то створюють приємний український медіаконтент



Автор невідомий: Це наші прапори. Їх не можна ні зірвати, ні вбити, ні повторити



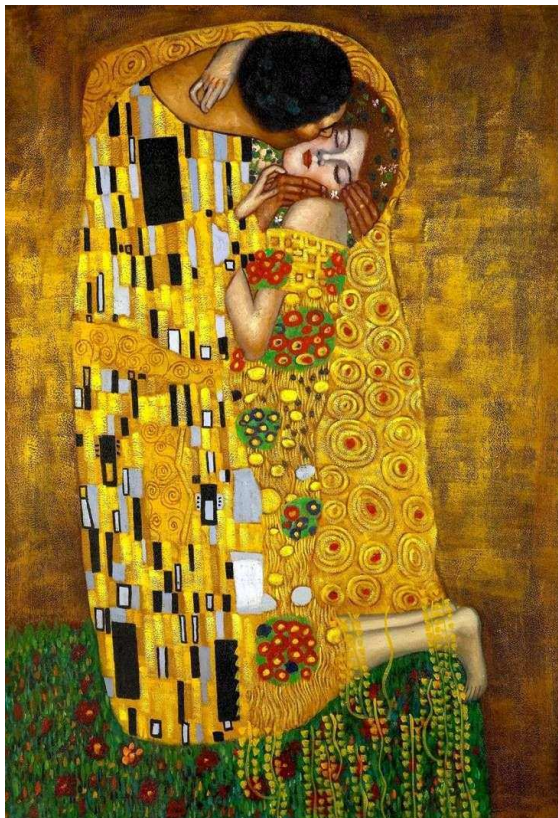
Олег Шупляк. Оновлена версія змісту кольорів Прапора і Тризуба

Сучасна медіаторчість: мисленнєві дії реконструювання

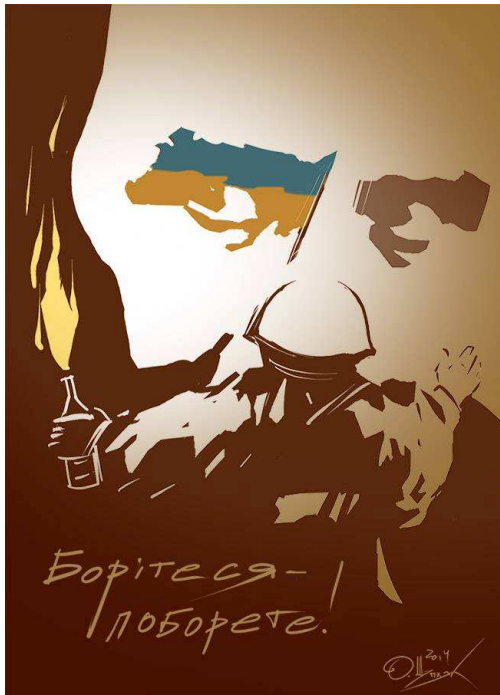


Презентація Джоконди з «іншого ракурсу»

1. Джоконда як Захисниця в широкому сенсі (реклама котячого корму)
2. Прекрасна Джоконда символізує нову Україну, яка зродилася на Майдані



Густав Клімт. Поцілунок. (Сюжет відомої картини набув актуальності та іншого сенсу в контексті російсько-української війни)



ЯК ПРИЙДУТЬ,



ТО ЗАКОПАЙТЕ

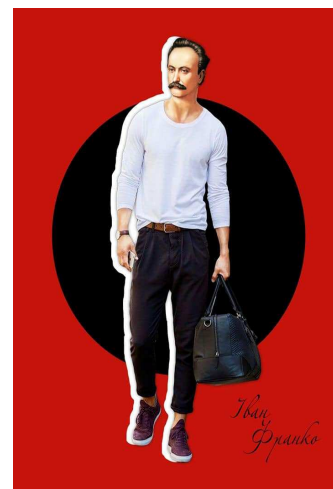
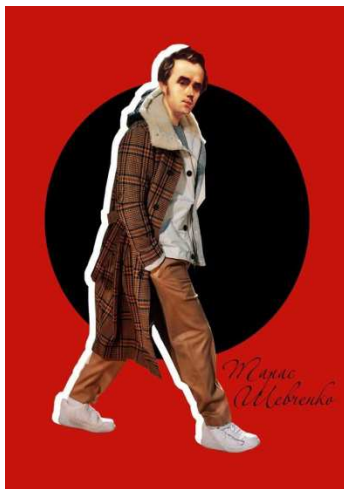
Новий погляд на Тараса Шевченка, який розкриває його актуальну сутність як борця:
Шевченко – герой Майдану 2014.
Шевченко – воїн АТО/ЗСУ.



«Реконструкція» відомих українських постатей – Тараса Шевченка і Степана Бандери.
Перетворений фрагмент з фільму «Термінатор-2» презентує видатних українців відповідно
до сюжету як активних борців за справедливість



1. Оригінал
2. Пам'ятник засновникам Києва в кольорах Прапора набуває нового сенсу
3. Реконструкція минувшини в контексті сучасної історії України



«Перетворення» канонічних образів відомих українців за допомогою модного одягу ментально наближає їх до сучасної молоді, робить їхню творчість більш актуальною



Мілітаризація образу Мамая і котиків – сучасного тотему військових АТО/ЗСУ



Автор невідомий. **Прапор Інъ-Янь Україна**
 Новий погляд на українську символіку: кольори державного і революційного прапорів та національний і військовий тризуби поєднані в коло гармонії та рівноваги



Візуально врівноважена, майже симетрична (бо військові також «дублюють» структуру Тризуба) вертикальна композиція декларує ідею захисту українських цінностей



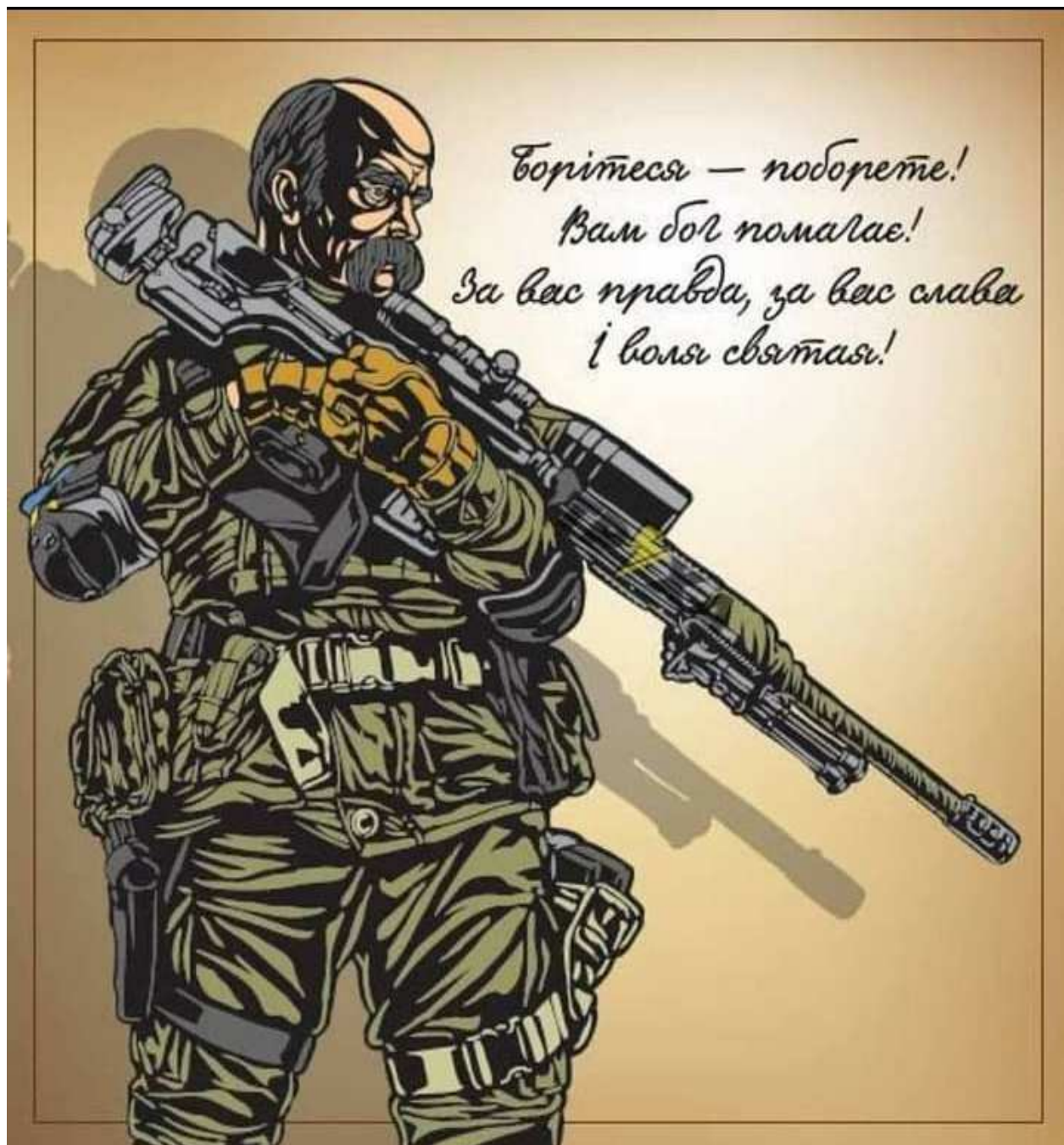
Автор невідомий. Український воїн – янгол-охоронець

Елементи вдалого комбінування атрибутики (меч, щит, крила), а також аналогія з історичними попередниками (про що свідчать прадавні козацькі хрести) реконструюють образ сучасного воїна ЗСУ, підносячи його до статусу метафоричного Небесного Воїна – захисника своєї землі, народу, України



Автор невідомий. Україна – понад усе!

Приклад візуалізованої умоглядної аналогії ока як відображення душі та розуму людини. Комбінування центрального елемента ока з елементами української символіки всередині на тлі простенького краєвиду підводить глядача до різних інтерпретацій, одним з яких є погляд на світ крізь призму українських цінностей та інтересів

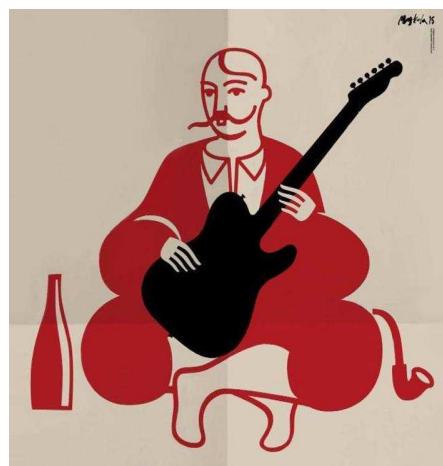


Реконструкція як оновлення класичного образу Кобзаря.
Створено через аналогію постаті поета із захисником України — воїном ЗСУ — за допомогою
екіпірування та сучасної стрілецької зброї, а також комбінування зображення і тексту —
найчастіше цитованого з часів Майдану фрагмента поеми Тараса Шевченка «Кавказ»,
присвяченої другу Якову де Бальмену

Активізація творчого мислення та уяви: оновлення традиційних образів



Канонічні зображення українського ментального символу козака Мамаю



Нові зображення Мамая

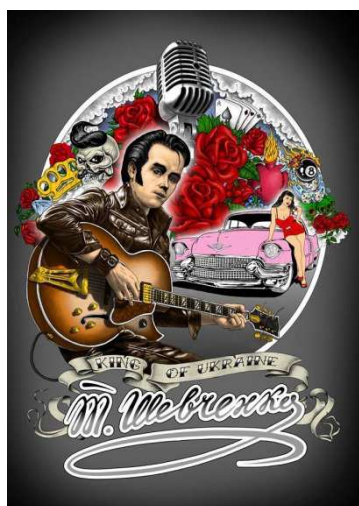


Мілітаризовані зображення Мамая в контексті російсько-української війни 2014-202...

Активізація творчого мислення та уяви: оновлення образів видатних українців



Класичні зображення Тараса Шевченка



Сучасний «революційний» образ, наближений до сприйняття молоддю:
«Елвіс», «рокер», «байкер»



Новий – мілітаризований – образ Кобзаря

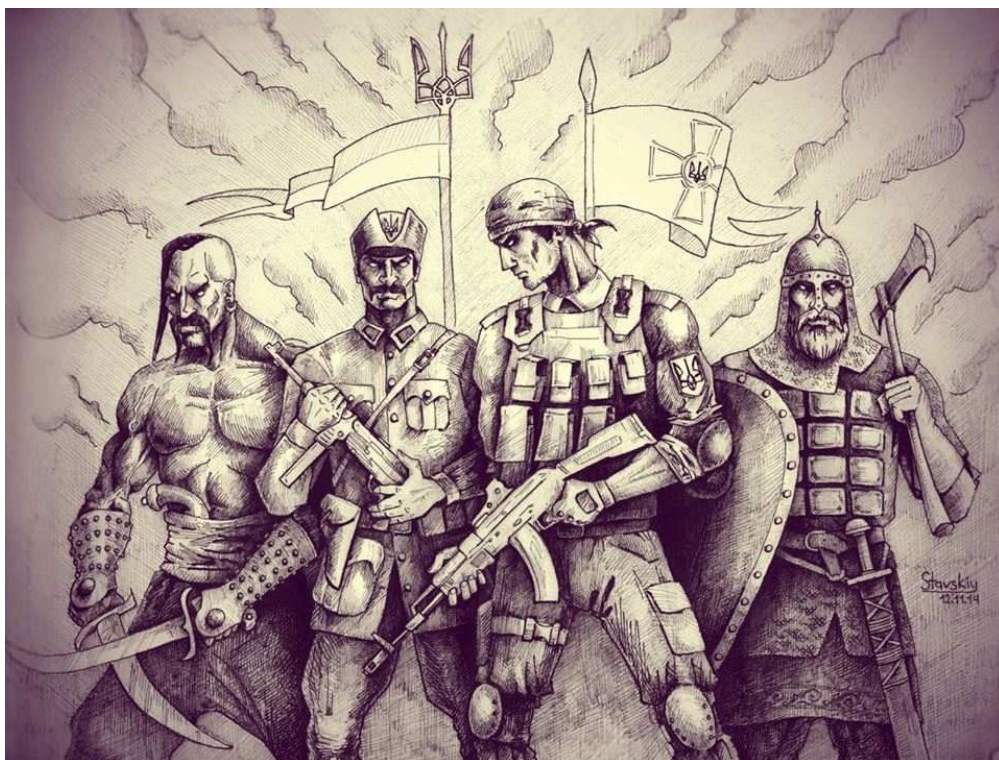


Василь Стус як «борець за правду», а Іван Франко – інтелектуальний «рок-н-рольщик».



І. Стронговський, створюючи портрет Лесі в короні з рогів, посилався на вислів Івана Франка, який називав її «єдиним мужчиною в українській літературі»

**Активізація творчого мислення та уяви:
творення нових символічних образів**



Із 2014 року формується новий образ сучасного українського Воїна, який символічно пов'язаний зі своїми попередниками – захисниками України



Протягом усієї своєї історії Україна завжди була не тільки землеробською державою,
а й країною воїнів, які захищали свою землю від нападників:
наступність захисників різних історичних часів



Сучасний український воїн завжди презентується в образі героя, переможця



Воїн АТО (зверху) і Воїн-доброволець (внизу):
що є спільного в обох зображеннях?



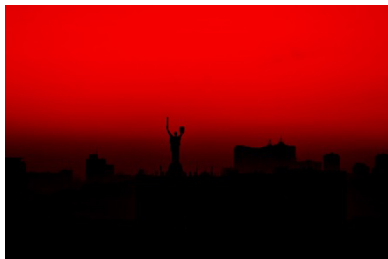
Воїн Світла часів Майдану 2014.



Воїн російсько-української війни, 2022 рік

Що зовні спільного і різного за суттю в презентованих образах Воїна-захисника?

**Стимулювання креативного завдання:
кольори Прапора України**





1. Інтерпретація кольорів Прапора як квітів



2. Інтерпретація кольорів Прапора як кольорів жита і неба



3. Сюжети для світлин «з Прапором»



3. Інсталяція: Майдан 2014. 4. Флешмоб в Бахмуті, 2020.



5. Мілітарна версія патріотичного перформансу



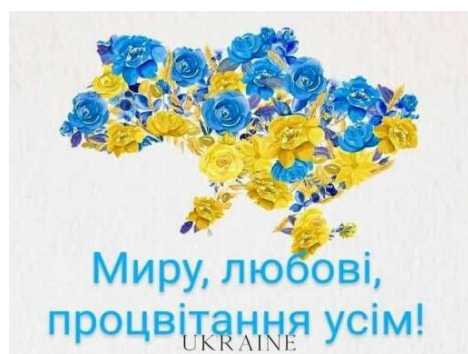
6. Київ, Оболонь, Набережна: жителі району створюють патріотичну інсталяцію



Малюнки Юрія Журавля:

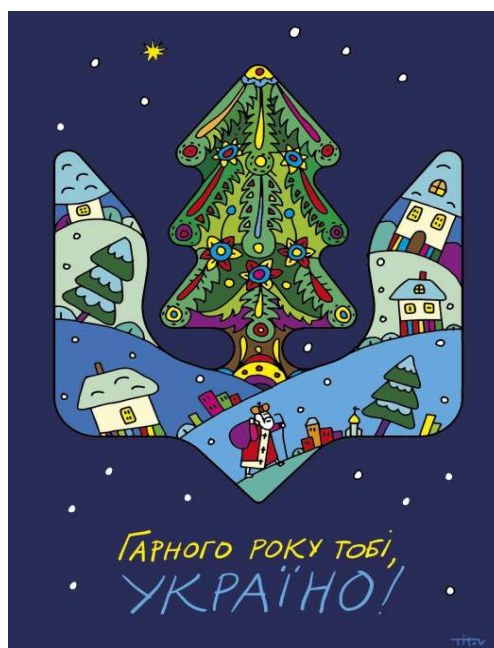
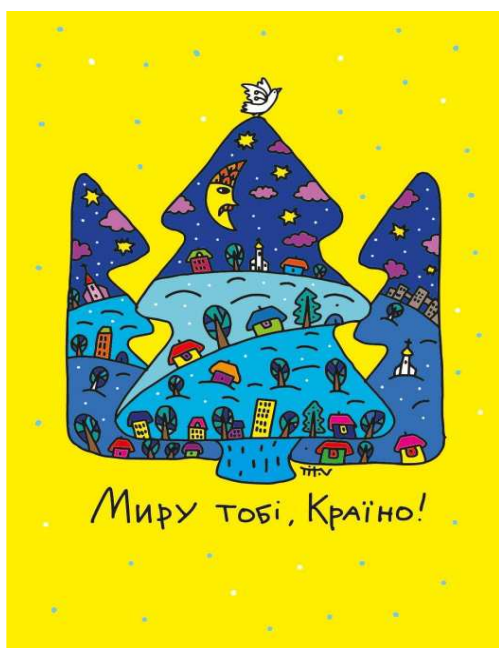
1. Звернути увагу на організацію зображення на площині:
 рух зліва направо спрямований у «майбутнє»;
 діагональний рух знизу вгору – енергійний рух уперед.
2. Завдання: уважно розглянути зображення і придумати назву

Стимулювання креативного завдання: оригінальна мапа України





**Стимулювання креативного завдання:
оновлений образ Тризуба**





М. Чепурний. Тризуб Лелека

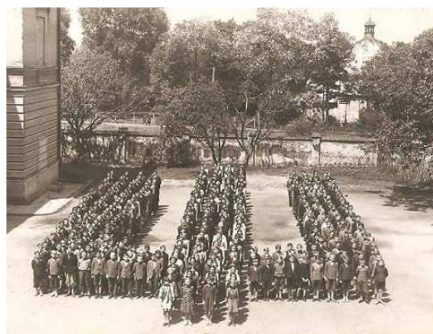


Листівка повстанців УПА





Мілітарні інсталяції наших військових (АТО/ООС)



Масові флешмоби Тризуб: Київ-2017, Перемишль-1942, Луцьк-2010



Перформанс Тризуб: радянські солдати 1945–1951 рр. (Василь Шароваров)
Маршрут велопробігу в Канаді 2022 р. на підтримку України

Методика «Мозковий штурм»

Мета: *спрямування* учнів на спонтанне продукування максимальної кількості різноманітних, навіть фантастичних, ідей та *активізація* варіантів візуалізації обраної ідеї; *розвиток* творчого мислення учнів; *стимулювання* їхньої патріотичної медіаторчості.

В основі методики лежить «вільне асоціювання» учасників, яке стимулюється: *груповою ситуацією* (коли людина, працюючи в групі, здатна вигадати більше ідей, більше варіантів розв'язання творчої задачі, ніж якби вона працювала індивідуально); *змагальністю* (ця умова сприяє інтенсифікації творчого процесу); *продуктивністю ідей* (відомо, що останні ідеї є більш продуктивними, ніж перші).

Методика охоплює зазвичай два етапи: 1) генерування ідей; 2) аналіз та оцінювання. Водночас у контексті творення патріотичного медіаконтенту методика передбачає деякі інновації. Так, на першому етапі продукування ідей важливим є висунення пропозицій щодо варіантів їх візуалізації: як ідея має виглядати? До другого етапу оцінювання висунутих ідей як обрання кращого варіанта або затвердження якогось одного можна залучити педагога, який не брав участі в продукуванні ідей і може бути незалежним «експертом» (Череповська, 2010).

Методика «Діаграма»

Мета: *розвиток* креативного мислення в контексті створення патріотичного медіаконтенту; *спрямування* на розвиток уміння аналізувати, виявляти якомога більше спільного між двома різними об'єктами.

Завдання: оновити традиційний образ або створити новий.

Суть методики полягає в порівнянні, зіставленні двох заданих об'єктів і виявленні між ними умовно спільних зв'язків, а також перенесенні ознак з одного об'єкта на інший; в аналізуванні, узагальненні, здатності робити власні висновки (Череповська, 2010).

Послідовність проведення:

1-й крок – на дошці, фліпчарті малюємо два кола так, щоб вони трохи заходили одне на одне. У кожному пишемо два різні поняття. Одне з них є вихідним поняттям патріотичного змісту. Друге поняття може бути іншого змісту, однак не дуже віддаленим. Отже, у ліве коло вписуємо поняття «мапа України», у праве, наприклад, «людина».

2-й крок – *пошук спільного*. Питання: *Що є спільного між цими двома об'єктами?* Сегмент накладання кіл штрихуємо – це умовне поле спільного між об'єктами. Від нього вниз проводимо невелику стрілку, а під нею у стовпчик записуємо відповіді, міркування, висловлені аудиторією щодо виявлення спільних ознак. Чим більше асоціацій, аналогій, тим більше можливостей для подальшої візуалізації.

3-й крок – *короткий аналіз* зафіксованих спільних ознак, які найкраще характеризують вихідне поняття. Виокремлюємо їх: підкреслюємо/обводимо. Питання: *Які виявлені ознаки найбільше збагачують обране поняття? Як їх можна візуалізувати?*

4-й крок – *висунення ідей* щодо оновлення вихідного поняття та їх візуальне пропрацювання:

обрання спільної ідеї як проєкту (наприклад: тло мапи України може бути презентованим як колаж з багатьох облич українців);

розроблення ескізу як візуальної версії втілення ідеї (наприклад: світлин має бути багато, не менше ніж сто; це мають бути тільки молоді люди як майбутнє країни / це мають бути представники різних національностей; має бути гасло!).

Методика «На що схоже?»

Мета: *розвиток* креативного мислення в контексті створення патріотичного медіаконтенту; *спрямування* на творчий пошук іншого об'єкта, який асоціюється за будь-якими ознаками з вихідним поняттям; креативне оновлення/осучаснення усталеного образу

Завдання: осучаснити традиційний символічний образ.

Методика «На що схоже?» є більш ускладненою порівняно з «Діаграмою». Ускладнення полягає в тому, що пропонується тільки вихідне поняття, до якого треба підшукати інше, але чимось схоже, поняття (за зовнішніми ознаками або за смислом), яке асоціюється із заданим.

Послідовність проведення:

1-й крок – на дошці, фліпчарті малюємо два кола так, щоб вони трохи перекривали одне одне, і вписуємо в ліве коло вихідне поняття.
(Наприклад, Тризуб).

2-й крок – *пошук аналогій* (за зовнішньою, декоративною, і смисловою, ідейною, ознаками). Питання: *На що схожий? Яку іншу ідею він може представляти?* Запропоноване поняття або декілька вписуємо в порожнє коло. (Наприклад, запропоновано щось за зовнішніми ознаками на зразок рослинного аналога. Вписуємо в праве коло «Рослина»).

3-й крок – *пошук спільного*. Питання: *Що є спільного між цими двома об'єктами? Які візуальні або смислові аналогії між цими об'єктами можна відшукати? Відповіді, міркування записуємо під колами в стовпчик.*

4-й крок – *короткий аналіз* зафіксованих спільних ознак, які найкраще характеризують зовнішній вигляд вихідного поняття. Аналізуємо та обираємо підходящий, на думку більшості, образ для втілення. (Наприклад, це можуть бути такі аналогії, як: рослини трискладової конструкції; три квітки; вазон з рослиною, схожою на дерево; Дерево Роду; могутній дуб тощо).

5-й крок – *висування ідей оновлення і візуальне пропрацювання*:

Обрання спільної ідеї як проєкту (наприклад, Тризуб єднає українців, він схожий на могутнє дерево, яке своєю кроною нагадує Тризуб).

Розроблення ескізу як візуальної версії втілення ідеї (наприклад, величезний дуб має стояти посеред мапи України, а під ним, у великому колі, тримаючись за руки, танцюють українці).

Виробничо-практичне видання

Череповська Наталія Іванівна

**ПАТРІОТИЗМ МОЛОДІ ЦИФРОВОЇ ДОБИ:
ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ РОЗВИТКУ**

Навчально-методичний посібник

Літературне редагування *Т. А. Кузьменко*

Зображення, використані в посібнику, взяті з відкритих електронних джерел

Обкладинка:

художнє оформлення *Н. І. Череповської*;
комп'ютерний дизайн *Ю. С. Чаплінської*

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15

E-mail: info@ispp.org.ua

Сайт: <https://ispp.org.ua>

Підписано до друку 15.05.2023 р. Гарнітура Times New Roman. Авт. арк. 5,0

