

УДК 159.9

Кіневич М.В., студентка соціально-психологічного факультету НУЦЗУ

МЕДІАПРОДУКЦІЯ, ЯК РІЗНОВИД ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ОСОБИСТІТЬ

У даній статті розглядається вплив медіапродукції на психологічні особливості особистості. Чому та як люди реагують на різні життєві ситуації використовуючи шаблони нав'язані медіа. А також розумні дії щодо вірного сприйняття «масового зомбування».

Ключові слова: медіапродукція, особистість, психологічний вплив.

В данной статье рассматривается влияние медиапродукции на психологические особенности личности. Почему и как люди реагируют на различные жизненные ситуации используя шаблоны навязанные медиа. А также разумные действия относительно верного восприятия «массового зомбирования».

Ключевые слова: медиапродукция, личность, психологическое влияние.

Постановка проблеми. В даний час здійснюється поступовий перехід людства до інформаційного суспільства (інформаційної цивілізації). Збільшуються масштаби, ускладнюється структура і зміст інформаційних потоків і всього інформаційного середовища, багаторазово посилюється її вплив на психіку людини, і темпи цього впливу стрімко зростають. На наш мозок в останні десятиліття обрушився абсолютно немилимий потік інформаційної стимуляції. Сучасні засоби масової інформації всіх видів утворили глобальну інформаційну систему фантастичного енергетичного рівня. Це значить, що людська свідомість вже потрапила у штучно створену нею самою пастку і сьогодні являє собою «білку в колесі», яка все швидше та швидше намагається бігти.

Більш того, прогресуючий розвиток інформаційних психотехнологій веде до того, що ця пастка з кожним днем облаштовується все більш витонченими методами впливу, на які наш мозок не був розрахований і тому виявився абсолютно беззахисним по відношенню до них. Сучасному телебаченню властивий цілий ряд несприятливих факторів, але, на превеликий жаль, з телеекранів ніколи не йшлося про специфіку його психологічної дії на людину.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідниками було встановлено, що спостереження агресивної та конфліктної моделі поведінки може провокувати і вчити новим способам їх проявів. У середньостатистичній сім'ї телевизор працює до семи годин на день: на кожного члена сім'ї в середньому припадає по чотири години. До моменту закінчення середньої школи дитина переглядає по телебаченню близько 8000 сцен з вбивствами і 100 000 інших дій із застосуванням насильства. Ви-

никає небезпека масового наслідування «героям» з фільмів, а отже, зростання злочинності та підвищення агресивності. Ефект екранного насильства може сприяти виробленню специфічних установок і норм поведінки, навчити насильницькому вирішенню конфліктів. Ситуацію не змінює і той факт, що до 30 років люди рідше дивляться телевизор або ходять в кіно.

На думку С. Кемпбелла, екранні образи можуть досить довго зберігатися в пам'яті людини, не піддаючись контролю з боку критичного самоусвідомлення. Цілком можливо, що в реальній конфліктній ситуації, схожій з однією з побачених на екрані, людина поведе себе відповідно із завченим сценарієм [6].

У вітчизняній психологічній літературі проблеми впливу мас-медіа на особистість та на аудиторію вивчали А. Вартанов, Д. Григорова, Н. Гришаєва та інші. Загалом ці вчені розуміли, що мова йде про ефекти впливу сучасних високотехнологічних мас-медіа на особистість, виділяючи молодіжну аудиторію в якості одного з головних об'єктів впливу медіа культури [4].

У 1993 р. комісія Американської психологічної асоціації щодо насильства серед молоді прийшла до висновку, що спостереження сцен насильства підвищує загальний рівень насильства.

Неспецифічна дія телепередач проявляється настільки сильно, що деякі фахівці порівнюють її з впливом алкоголю і наркотиків. Звичка до телевизора порушує відчуття часу. Ця звичка послаблює відносини, скорочуючи, а іноді і усуваючи нормальні можливості поспілкуватися, сходити на концерт. На зборах Американської психологічної асоціації в Торонто говорилося про явище «відеоманії», що нагадує наркоманію.

Мета. Виявити рівень агресивності, конфліктності та самооцінки у курсантів, студентів НУЦЗУта проаналізувати зв'язок вибору медіапродукції з агресивністю, конфліктністю та самооцінки особистості.

Виклад основного матеріалу. Як часто ми замислюємося про те, що дивляться діти, підлітки, дорослі? Які емоції та враження обираються з фільмів, які транслюють по телебаченню, показують у кінотеатрах, доступні для перегляду онлайн в мережі Інтернет? На жаль, багато хто навіть не розуміють, що іноді поганий настрій, агресія, злість і навіть ненависть можуть бути нав'язані фільмами з негативним сюжетом, де є насильство, де лютє, злість і біль в кожному кадрі. А перегляд таких фільмів, буде викликати аналогічні емоції і переживання, які можуть влитися в буденне життя. Тому, не можна недооцінювати вплив фільмів на психіку людини [4].

Провівши аналіз фільмів, котрі вийшли в 2010-2013 роках показав, що за цей період на наші екрани вийшло достатньо багато зарубіжних фільмів (США, Франція, Італія, Китай, Корея, Німеччина та інші), що не можна сказати про вітчизняну кіноіндустрію. З них більшу частину за-

ймають саме ті жанри, які здатні посилювати депресію, підживлювати злість, агресію, негативізм, вороже ставлення до інших людей. Для наочності ці данні представлені у виді діаграм у процентному відношенні (Рис. 1, Рис. 2).

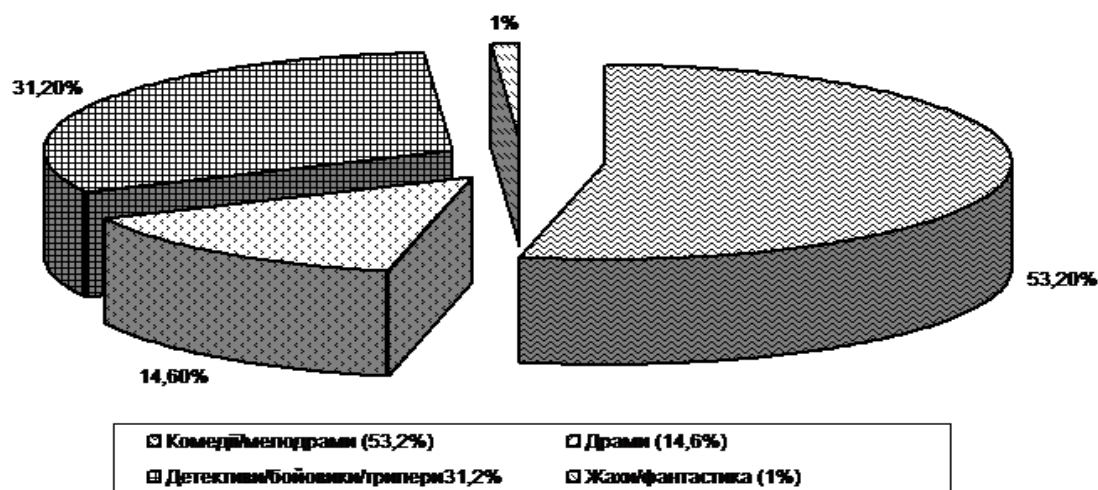


Рис. 1 – Вітчизняні фільми, які вийшли на екрани (%)

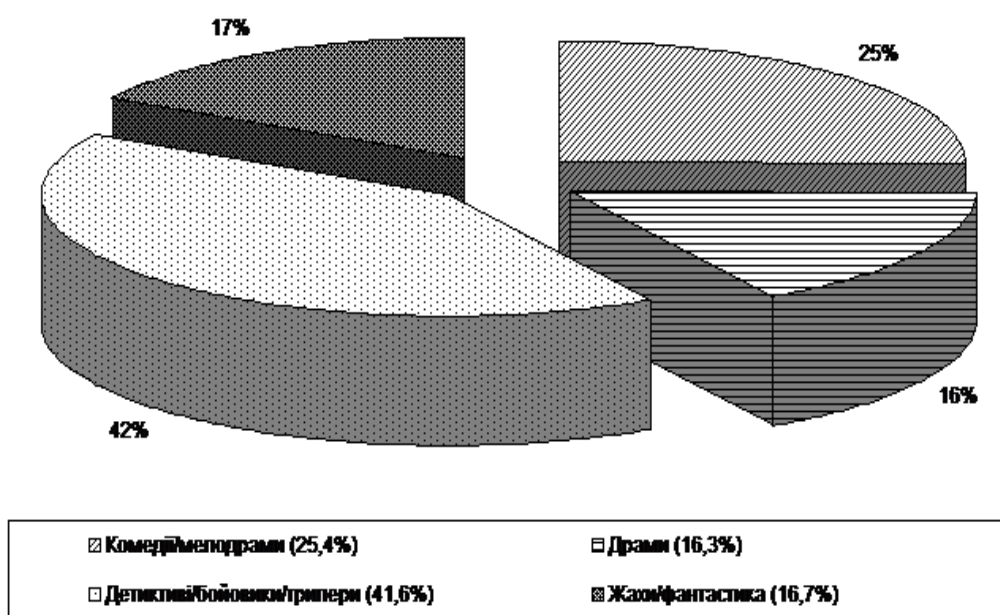


Рис. 2 – Зарубіжні фільми, які вийшли на екрани (%)

Тож, можна зробити висновок, що «кінофонд» у нас набагато сприятливіший свого західного візаві і це має свої цілком певні наслідки [6].

Щоб краще зрозуміти, яким чином фільми впливають на психіку людини, розглянемо рівні, з яких власне і складається психічна діяль-

ність людини. Якщо людина переглянула фільм жахів, вона, «підживила» свою агресію, яка через свідомість проникла на підсвідомий рівень. Потім агресія, може проявлятися через агресивне ставлення до інших людей, тварин тощо. Частий перегляд таких фільмів призведе до того, що поступово на несвідомому рівні відкладеться свого роду пласт агресивності, який впливатиме на життя людини. Вона буде не тільки агресивна по відношенню до когось, але і до неї будуть агресивні, в її житті будуть відбуватися такі події, які будуть провокувати її до прояву агресивної поведінки. Несвідоме впливає на свідомий рівень, при цьому людина не керує цим процесом. Тобто несвідоме диктує людині вибирати фільми, книги відповідного жанру, які відображають його внутрішню установку. Уникнути цього можна шляхом свідомого вибору фільмів, книг, вчинків, суджень і так далі. До тих пір, поки людина не робить усвідомлено вибір у бік позитивного мислення, у її житті можуть мати місце такі події, які сприятимуть зміцненню негативної установки [5; 6].

Кожен з нас здатний усвідомити, що для нього вигідно, а що ні. Не даремно деякі батьки контролюють дитину на предмет перегляду мультфільмів з негативним сюжетом. Батьки розуміють, що дитина потім може погано спати, нервувати, боятися, переживати інші негативні емоції. Чому ж батьки не замислюються про те, що і себе теж необхідно захистити від перегляду фільмів жанру жахи, детектив, драма, трилер, кримінал, бойовик?

Поряд з цим перегляд фільмів з позитивним сюжетом може позитивно впливати на психіку людини, покращувати емоційний стан і допомагати в подоланні стресу. Цей прийом широко використовується в психотерапії отримав назву - кінотерапія (метод впливу на психіку людини за допомогою перегляду фільму, його обговорення та осмислення). Для цього використовуються різні жанри (за винятком жахів), вибір фільму залежить від поставлених цілей і завдань. Такі фільми дають привід задуматися про своє життя, про життєві цінності тощо [5].

Для дослідження та розгляду даної проблеми було використано ряд методик, такі як «Особистісна агресивність та конфліктність» (Е.П. Ільїн, П.А. Ковальов), тест на визначення самооцінки (методика Будассі). Окремо представлений список медіапродукції, з якого необхідно обрати та підкреслити потрібне та три ситуації, кожна з якої має окрему поведінкову реакцію. Досліджування проводилось на базі Національного університету цивільного захисту України. Всього в ньому брало участь 40 осіб.

Тож, отримані в ході дослідження данні на основі методики «Особистісна агресивність та конфліктність», авторами якої є – Є. П. Ільїн, П. А. Ковальов представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Рівні прояву агресивності та конфліктності у досліджуваних

Назва критерію	Високий рівень (%)	Середній рівень (%)	Низький рівень (%)
Позитивна агресивність	16,6	46,7	36,7
Негативна агресивність	13,4	33,2	53,4
Конфліктність	26,7	56,6	16,7

З приведеної таблиці видно, що з досліджуваних більшість має середній рівень позитивної агресивності (46,7%), такі показники говорять про помірну агресивність та адекватну реакцію на різні негативно емоційні ситуації. Вміння постояти за себе – це важлива якість, але не треба забувати про самоконтроль та відповідальність. Так, низький рівень негативно агресивності (53,4%) забезпечує цей контроль, що є відмінною рисою. Щодо конфліктності, то середній рівень конфліктності (56,6%) переважає у більшій кількості осіб, котрі проходили методику, що також говорить про контроль, адекватність та розумну емоційність досліджуваних.

Досліджуючи самооцінку, отримані данні на основі методики Будассі, приведені нижче у вигляді кругової діаграми у відсотках (Рис. 3).

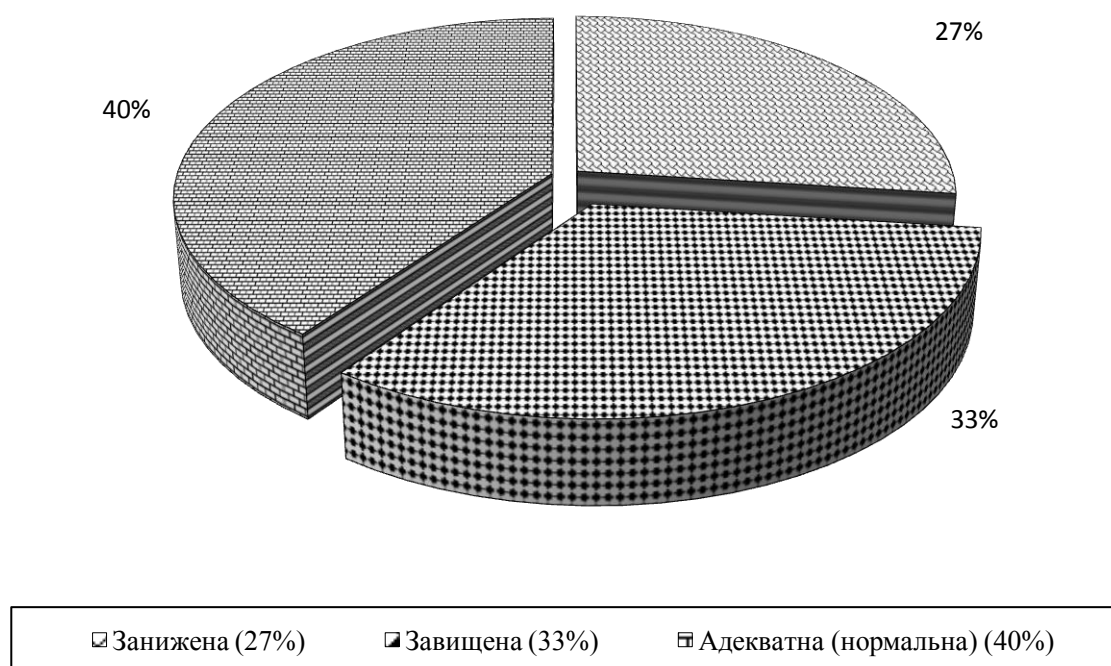


Рис. 3 – Показники самооцінки у досліджуваній групі

Розглядаючи діаграму можна сказати, що більшість досліджуваних має нормальну (адекватну) самооцінку – 40%. Але, не можна не звернути увагу на те, що на завищену та на занижену самооцінку припадає та-

кож великий відсоток: 33% та 27%. З чого можна зробити висновки, що у даній вибірці рівень самооцінки досліджуваних має не велике відхилення від середньої норми.

Маючи дані про рівень агресивності та конфліктності досліджуваних, а також рівень їх самооцінки, необхідно визначили якій з видів медіапродукції вони віддають перевагу. Тому проводилось опитування, у якому треба було підкреслити потрібний вид медіа продукції з переліченого списку: телесеріали, ток-шоу та реаліті-шоу, фільми жахів, мелодрами, комедії, драми, бойовики, трилери, фантастика, інформаційно-аналітичні передачі.

Провівши опитування виявили який з видів медіапродукції обирали досліджувані. Дані подані у діаграмі (Рис. 4)

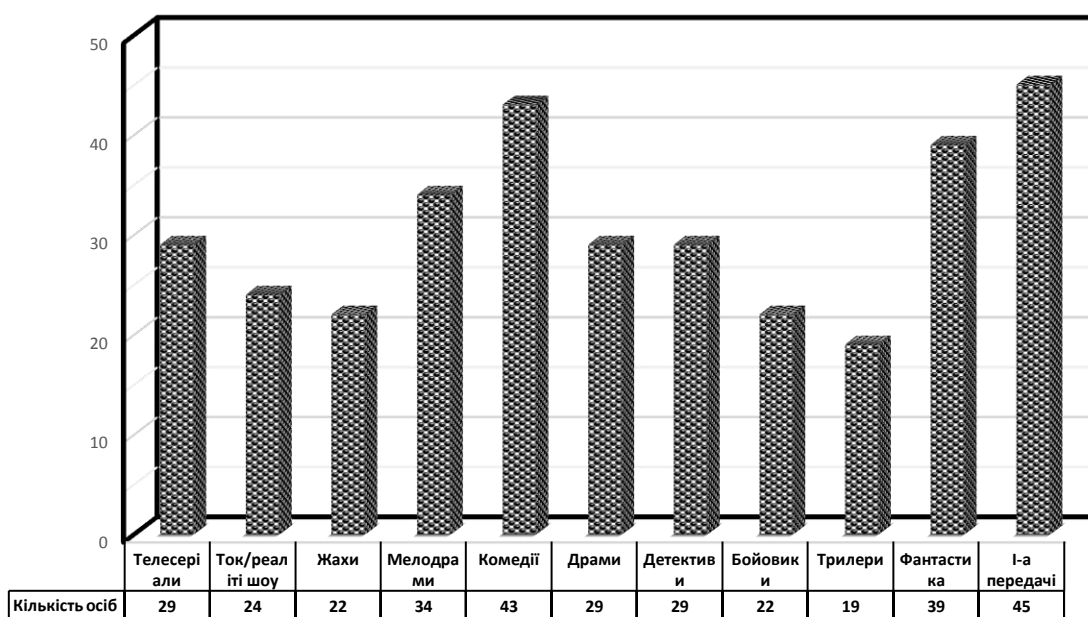


Рис. 4 – Вибір медіа продукції досліджуваними

Розглянувши діаграму можна побачити, що більшість опитуваних обирають комедії (43) або аналітично – інформаційні передачі (45). Таким чином можна сказати, що більшість опитуваних зацікавлені у пізнанні нового, завдяки інформаційно-аналітичним передачам та намагаються сприймати навколишній світ з долею іронії, завдяки вибору комедій.

У даній роботі використовувався метод математичної обробки статистичних даних, зокрема, критерій узгодженості Пірсона (χ^2 Пірсона). На першому етапі проводилось дослідження агресивності та конфліктності за допомогою методики «Особистісна агресивність та конфліктність» (Е.П. Ільїн, П.А. Ковальов). Щодо конфліктності та агресивності, то залежність конфліктності та агресивності від вибору медіапродукції – статистично не значуща. Рівень значимості даного взаємозв'язку відповідає $p > 0,1$.

Другий етап являє собою виявлення самооцінки досліджуваних. Для дослідження використовували тест на визначення самооцінки (методика Будассі). Отже залежність самооцінки та вибору медіапродукції – також залишається статистично не значущою. Рівень значимості даної взаємозв'язку відповідає $p > 0,1$.

Узагальнюючи отримані дані можна зробити висновок, що не зважаючи на попередження та застереження психологів, щодо впливу медіапродукції на особистісні характеристики людини, емпіричне дослідження показало зворотній результат. Тобто, медіапродукція ніяким чином не впливає на агресивність, конфліктність, та на самооцінку людини.

Висновки. За отриманими даними можна зробити висновок, що особистісні якості людини ніяким чином не залежать від вибору нею медіапродукції. Можна сказати, що вибір здійснюється суто ситуативно і залежить тільки від емоційного стану людини «тут та зараз».

Хоча, не можна говорити так однозначно. Причиною такого результату може бути або замала вибірка, або не розуміння досліджуваними серйозності та відповідальності експерименту, що зазвичай можливе явище.

Людині властиво часто демонструвати саме ті риси поведінки, які мають підживлення з зовнішнього світу, наприклад: сердитість, агресія, неприйняття сторонньої думки, конфліктність та протилежні переліченим емоції. Для того, щоб цей ресурс мав активність йому необхідне підживлення. Тому, необхідно уважно, ретельно та осмислено обирати для перегляду певний вид медіапродукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бородкин Ф. М. Внимание, конфликт! / Бородкин Ф. М. – Новосибирск : Наука, 1989. – 70 с.
2. Мельников В. М. Введение в экспериментальную психологию личности / В. М. Мельников, Н. Т. Ямпольский. – М. : Просвещение, 1985. – 102с.
3. Паренс Г. Агрессия наших детей / Паренс Г. – М. : Наука, 1997. – 33с.
4. Смирнов В. М. Роль кинематографа в становлении субъективной картины жизненного пути личности / В. М. Смирнов, Т. Н. Смотровва // Психология образования в XXI веке : теория и практика – Москва, 1998. – С. 69.
5. Психологічний блог (коментарі та статті)/ «Реаліті-шоу як ступінь деградації особистості». [Електронний ресурс]
6. http://psychology-serials.blogspot.in/2012/02/blog-post_6475.html
7. Сайт психолога Кривошта Е. О. – психолог/ «Вплив фільмів на психіку людини» [Електронний ресурс]
8. http://www.upsychologa.kiev.ua/index.php?id=35&Itemid=24&option=com_content&view=article