

ДЕСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА СТАН ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

У статті аналізуються деструктивні аспекти впливу засобів масової інформації на стан психічного здоров'я сучасної молоді. Стверджується, що діяльність ЗМІ спрямована на створення псевдокультурних цінностей у свідомості особистості, руйнування традиційних культурних форм і зв'язків між людьми, формування людини, якою можна керувати й маніпулювати з допомогою численних психологічних та інформаційних технологій.

Ключові слова: деструктивна поведінка, ЗМІ, реклама, психічне здоров'я, стереотип, міф, невроз, депресія.

The article analyzes the destructive aspects of media influences on the mental health of today's youth. It is argued that media activities aimed at building pseudoculture values in the consciousness of the personality, the destruction of traditional cultural forms and relationships between people, on human development, which can be controlled and manipulated with the help of numerous psychological and information technology.

Keywords: destructive behavior, mass media, advertising, mental health, stereotype, myth, neurosis, depression.

Актуальність. Сьогодні самосвідомість молодої людини, система її цінностей, особистісної спрямованості, мотивації її активності значною мірою формується під впливом засобів масової інформації (*далі – ЗМІ*). Сучасна молода людина багато часу «проживає» у світі віртуальної реальності, що замінює їй об'єктивну. Об'єктивну реальність багато в чому їй замінюють ті образи, що продукують телебачення та Інтернет. І ці образи не сприяють розвитку гуманістично орієнтованої, інтелігентної й розумної особистості. Актуальною проблемою становлення особистості сьогодні є те, що найбільш значущі для її розвитку джерела впливу – електронні носії інформації – 24 години на добу продукують зразки патологічної, агресивної, антигуманної, низькоінтелектуальної поведінки, формують псевдокультурні стереотипи. Ці стереотипи закріплюються у сфері свідомості й несвідомого та починають керувати всією життєдіяльністю молодої людини.

Постановка проблеми. Вплив ЗМІ на формування світоглядних цінностей людини важко переоцінити, бо сучасній молоді пропонується ідеал – людина, яка досягла комерційного успіху й тому може собі дозволити всі «блага цивілізації» (пиво, телефон, планшет, авто тощо). Молоді пропонується чимало варіантів успіху, рекламується легкий і швидкий шлях його досягнення. Насправді, для більшості людей вони недоступні, недосяжні. Це збільшує в них психоемоційну напругу, спричиняє виникнення стресових станів, що, своєю чергою, призводить до невротичних і психосоматичних розладів і захворювань. А це, у кінцевому результаті, призводить до формування ситуативних або стійких проявів деструктивної поведінки.

Стан досліджуваної проблеми. Вивчення проблеми деструктивного впливу засобів масової інформації на стан психічного здоров'я людини проводилось в основному в галузі соціальної та клінічної психології. Досліджувалася специфіка інформаційного стресу [2; 5; 12; 16], роль ЗМІ в маніпуляції свідомістю населення [1; 5; 6; 7; 8; 9; 10], культуральні аспекти деструктивної поведінки [11; 12; 13; 18; 19], формування психопатологічних рис особистості [13; 17; 18; 19], соціально-психологічні механізми інформаційного впливу на населення [1; 5; 8; 9; 10]; взаємозв'язок психічних захворювань і суспільних інформаційних процесів [2; 5; 15; 18; 19].

Виклад основного матеріалу. Психічне здоров'я, відповідно до визначення Всесвітньої організації охорони здоров'я, це стан благополуччя, за яких людина може реалізувати свій власний потенціал, справлятися зі звичайними життєвими стресами, продуктивно та плідно працювати, а також робити внесок у життя своєї спільноти [12, с.136].

Під деструктивною поведінкою розуміються дії, спрямовані на руйнування всього – навколишнього світу, об'єктів природи, взаємин, настрою, здоров'я, кар'єри, фізичних предметів тощо. Вона виявляється у формі агресивності, нетерпимості, впертості, грубощів, ненависті, страху, ненависті до людей, предметів, самого себе, справи, тварин, природи... Здійснюючи деструктивні дії, людина порушує норми соціального співжиття й моральні закони, зраджує дружбу й любов, вторгається в духовний і душевний світ людей. Це зло, що приносить шкоду всім, у тому числі й самому носію зла. До деструктивної поведінки належать усі форми девіантної й делінквентної поведінки [2].

Деструктивна поведінка призводить до різноманітних психічних порушень, частина з яких не входить до офіційних психіатричних класифікацій. Так, наприклад, деструктивними є такі форми поведінки, як адиктивна, антисоціальна, агресивна, суїцидальна, фанатична. Дві форми «руйнівної» поведінки – *conduct of disorder* та опозиційний виклик – виділяються в Американській класифікації психічних хвороб DSM-IV як самостійні одиниці. Деструктивна поведінка спеціально розглядається в структурі психічних розладів, що виділяються в сучасних класифікаціях (МКБ-10, DSM-IV). До них, зокрема, відносяться особистісні розлади; розлади адаптації; посттравматичні стресові розлади [14; 16].

У виникненні деструктивної поведінки першорядне значення мають соціальні та психологічні чинники, без урахування яких неможливий аналіз механізмів розвитку деструктивної поведінки та розробки методів її попередження, корекції і терапії [12].

Незважаючи на те, що така постановка питання, здавалося б, не повинна викликати заперечень, вона залишається багато в чому декларативною, що зумовлено панівною в сучасній психіатрії біомедичною парадигмою. Вона виходить з положення, що психічні порушення завжди викликаються специфічними мозковими захворюваннями. При цьому психічні хвороби фактично прирівнюються до соматичних, що викликаються біологічними чинниками. Біомедична парадигма в психіатрії ігнорує значення соціокультуральних впливів у розвитку психічних порушень. Загальноприйнятою є концепція, згідно з якою

психічні захворювання, як серцево-судинні, ендокринні та інші соматичні хвороби, однакові в усьому світі й не залежать від культуральних відмінностей [11].

Така ситуація об'єктивно створює несприятливі умови для розуміння проблем психічного здоров'я в сучасному світі. Однобічна орієнтація на біомедичні підходи негативно позначається на різних галузях психіатрії. Це стосується не тільки аналізу деструктивної поведінки в структурі названих порушень, а й питань ендогенної патології. Так, наприклад, не аналізується (а часто замовчується) факт більш сприятливого перебігу шизофренії у традиційних суспільствах, незважаючи на меншу доступність сучасних методів терапії [13].

Сьогодні в науці обговорюються різні підходи до того, що відбувається з людьми і суспільством під впливом ЗМІ. М.Й.Боришевський зазначав, що масова псевдокультура, що розвинулась як потворний прояв технократичної цивілізації, заснованої на культурі споживання, створює систему хибних цінностей, де майже не залишається місця здоровій людині з благополучною сім'єю і традиційними цінностями [3].

Псевдокультура, що активно «нав'язується» в ЗМІ та рекламі, болісно спотворює картину світосприйняття й світовідчуття, патологічно впливає на душу молодої людини. В інформаційно-психологічному полі, як ніколи раніше, позначається залежність кожного члена соціуму не тільки від інформації, а й від тих емоційних потоків, що несуть ЗМІ.

Тенденції роботи ЗМІ сьогодні – це відбір переважно негативних, сумнівних фактів, подій, пов'язаних із тяжкими проявами, спрямованих на сильні переживання й гострі негативні емоції страху, жаху або на шокуючі зорові образи й описи, пов'язані з насиллям, руйнуванням або сексом (або сексуальними збоченнями). Це відображає концепцію роботи ЗМІ: інформація повинна викликати дуже сильний, різкий відгук людини, вона повинна його виводити з урівноваженого стану, розбурхувати [1; 8].

Засоби масової інформації фокусуються на деструктивних подіях насильства й руйнування. У результаті створюється стресова реальність, віртуальний трагічний світ, насичений небезпекою, загрозою, агресією [2].

Емоційний спектр у людини складається з відчуттів загрози, тривоги, страху, образи, здивування, безсилля, розчарування й заздрості, що провокується скандальними відомостями про життя сильних світу цього. Усе це призводить до гальмування інтелектуальної, творчої, моральної активності молодої людини, уповільнює або спотворює її особистісний ріст і формування незалежної індивідуальності. Таким чином, як зазначав Е.Фромм, виконується замовлення на людину споживацької цивілізації – невротизовану й деструктивну [17].

Нестійка психіка й особистісна та соціальна незрілість молодої людини під деструктивним впливом більшості ЗМІ робить її тривожною, постійно чимось незадоволеною, розбалансованою, заздрісною. Це є однією із причин виникнення *аномічної депресії* серед молоді – хронічного стану *дисфорії* (від грец. *Δυσφορέω* – страждати, мучитись, досадувати), що характеризується занепадом духу, почуттям нездійснених надій, низькою самооцінкою й моральною дезорієнтацією.

Складається враження, що ЗМІ все робить для того, щоб не просто пробувати інстинкти (потяги) молодої людини, а вони повинні бушувати в ній,

боротися, пожирати: спонукати жагу успіху, екзотичних сексуальних вражень, напоїв і продуктів, прагнення до надкомфорту й гонитву за модою. Таким чином створюється ідеальний споживач для ринку – людина не просто борсається, губиться у вихорі необмежених можливостей, а роздавлена й охоплена шквалом спокус. Такий індивід, на думку К.Ясперса, є носієм психопатологічних особистісних рис, тобто хворим [19].

Окремої уваги заслуговує реклама, що агресивно насаджується різноманітними ЗМІ. Ця інформаційна агресія реклами являє собою особливий аспект суспільної загрози, оскільки спотворює світосприймання людини (особливо в дітей і підлітків) і створює «галерею» антилюдських і псевдокультурних цінностей [5; 6; 8; 10].

Очевидно, що реклама алкоголю й тютюну суперечить суспільним інтересам. Менш очевидним є те, що величезна її частина «рекламує» зовсім не те, що вона демонструє. У ній людські чесноти відняті у людей і приписані товарам. Придбай товар (пиво, жуйку, засоби гігієни, телефон, авто, тощо) і він зробить тебе успішним, привабливим, налагодить сімейні стосунки, зробить щасливим... Таким чином, реклама формує когнітивні, емоційні й поведінкові *стереотипи* активності людини [10].

У виборі людиною тих чи інших стереотипів психічної активності визначальне значення має сформований у неї інтегративний *образ світу*, що безпосередньо впливає на актуалізацію й віддання переваги суб'єктом індивідуальним поведінковим, комунікативним та емоційним стереотипам психічної активності [4].

Незважаючи на те, що існує невизначена кількість можливих патернів психічної активності, кожна індивідуальність використовує досить вузький діапазон таких персоніфікованих схем. Зовнішні стимули можуть бути умовними стосовно таких патернів і набувати здатності їх самостійного запуску. У ході соціалізації людини відбувається процес становлення її культурної поведінки. Становлення свідомості починається з процесу символізації поведінки. Формою символізації, що закріплює нову поведінку, є *ритуал* як основний спосіб демонстрації поведінкової форми. У контексті ритуалу виробляється набір поведінкових стереотипів, з якими індивід починає узгоджувати свою активність [11; 18].

У цьому контексті соціологічні опитування про вплив (дієвість) реклами на реальну поведінку втрачають будь-який сенс – вона діє, усвідомлює це людина чи ні. Тому реклама у ЗМІ – могутній засіб творення поведінкових стереотипів (наприклад, як можна переглядати футбольний матч по телевізору без пива). Це здійснюється ЗМІ як свідомо – у ході зрежисованих кампаній, із залученням відповідних фахівців (у тому числі психологів), так і несвідомо – у ході повсякденного «обговорення», відбору й створення інформаційних матеріалів, написання текстів сценаріїв телефільмів і теле- та радіопередач.

Психологічний механізм дії стереотипів полягає в тому, що вони «наповнені» почуттями, уподобаннями, приязню або відразою, асоціюються зі страхами, бажаннями, потягами, гордістю, надією. Об'єкт, який активізує стереотип, оцінюється згідно з відповідними емоціями [18].

Підкреслимо, що стереотип починає діяти ще до того, як включається розум. Це накладає специфічний відбиток на інформацію, що сприймається нашими органами чуття ще до того, як вона досягає розуму. Стереотип накладає свій відбиток на фактичну інформацію в момент її сприйняття.

Відомо, що І.П.Павлов активно займався вивченням феномену, названого ним «динамічною стереотипією». У його основі знаходиться здатність мозку фіксувати однотипні зміни середовища й відповідно реагувати на ці зміни. Динамічний стереотип розумівся як злагоджена врівноважена система внутрішніх процесів великих півкуль, що відповідає зовнішній системі умовних подразників. Дослідження фізіологічних основ стереотипів прийшло під час експериментів із вироблення умовних рефлексів на подразники, що чергуються через однакові паузи. Виявлений ефект полягав у тому, що після таких впливів нові рефлекси вироблялися дуже швидко, а в ряді випадків виникали з першого ж застосування нових подразників. При цьому відтворювався раніше сформований ритм збудження й гальмування, що відповідає порядку застосування позитивних і негативних сигналів. Було показано, що на зміну зовнішнього стереотипу мозок реагує низкою характерних перебудов, що відбуваються в окремих ланках системи, у всій системі або, нарешті, всієї ВНД. Зовнішні зміни можуть призвести як до підвищення, так і до погіршення перебігу вищих психічних функцій – аж до розвитку глибокого неврозу [4].

Під міфом у контексті нашої проблеми можна розуміти несвідомо актуалізований людиною образ, насичений індивідуально зумовленими особистісними смислами. Такий образ може суперечити науковим знанням людини, але завжди є важливішим для його життєдіяльності, оскільки є емоційно насиченим й особистісно-значущим, на відміну від наукових знань, зв'язок яких із потребами й життєдіяльністю суб'єкта, як правило, особливо в умовах формалізованого навчання, є дуже відносним.

Міф не будується з позицій раціональної логіки й не опосередкований функціонуванням теоретичного мислення – це аксіома, догмат, який формується у сфері несвідомого. У цьому сенсі міф є *когнітивним стереотипом*. Міфи як когнітивні стереотипи формуються кожною людиною у вигляді індивідуального образу світу, образу інших людей, образу я [18; 19].

Відповідальність за поширення тих або інших міфів, ціннісних орієнтирів, моделей поведінки несе ініціатор і замовник – телевізійний і шоу-бізнес (менше видавничий бізнес) перетворили в індустрію створення та поширення суспільних міфів. Оскільки комерційна мотивація виявилася сильнішою за суспільно-корисну, то замість декларованих норм життя й цінностей ліберального цивілізованого суспільства реально тиражуються зовсім інші соціально-психологічні та культуральні моделі, соціальні міфи – тобто системи, які визначають, пояснюють і передають способи розуміння, переживання і дії. Усе це яскраво відображено в семантиці й лексиці мови. Прагнення розширити ринок призвело до спрощення мови текстів, ідей і до примітивізації та вторинного «здичавіння» споживача. Мова безлічі молодіжних теле- і радіопрограм – яскравий приклад суміші підліткового «тинеїджерського» сленгу з відтінками

кримінального жаргону. Уже майже не дивує «потік» такої лексики з екранів телевізорів [1; 8].

Висновки. Сучасні ЗМІ продукують в основному зразки патологічної, агресивної, антигуманної, низькоінтелектуальної поведінки, формують псевдокультурні стереотипи. Ці стереотипи закріплюються у сфері свідомості й несвідомого та починають керувати всією життєдіяльністю молодого людини.

Сформовані ЗМІ когнітивні стереотипи знаходяться в основі деструктивної поведінки молоді. Така поведінка виявляється у формі агресивності, нетерпимості, упертості, грубості, ненависті, страху, ненависті до людей, предметів, самого себе, справи, тварин, природи... Деструктивна поведінка призводить до різноманітних психічних порушень, найчастіше – неврозів.

Нестійка психіка й особистісна та соціальна незрілість молодого людини під деструктивним впливом більшості ЗМІ робить її тривожною, постійно чимось незадоволеною, розбалансованою, задрісною. Це є однією із причин виникнення аномічної депресії серед молоді – хронічного стану дисфорії, що характеризується занепадом духу, почуттям нездійснених надій, низькою самооцінкою та моральною дезорієнтацією.

1. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч.-метод. посіб. / [О. Т. Барішполець, Л. А. Найдюнова, Г. В. Мироненко та ін.] ; за ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Барішпольця ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : [Міленіум], 2010. – 440 с.
2. Бодров В. А. Информационный стресс : учеб. пособ. для вузов / В. А. Бодров. – М. : ПЕР СЭ, 2000. – 352 с.
3. Боришевський М. Й. Особистість у вимірах самосвідомості : [монографія] / М. Й. Боришевський. – Суми : Еллада, 2012. – 608 с.
4. Гиппенрейтер Ю. Б. Введение в общую психологию : курс лекций / Ю. Б. Гиппенрейтер. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – 301 с.
5. Головаха Е. И. Социальное безумие: история, теория и современная практика / Е. И. Головаха, Н. В. Панина. – К. : Абрис, 1994. – 168 с.
6. Заиграев Г. Г. Государственная политика как фактор алкоголизации населения / Г. Г. Заиграев // Социологические исследования. – 1997. – № 4. – С. 109–116.
7. Зимбардо Ф. Понимание контроля сознания: экзотические и обыденные психологические манипуляции / Ф. Зимбардо, С. Андерсен // Журнал практического психолога. – 2000. – № 1–2. – С. 8–34.
8. Ковалевський В. Стан і тенденції розвитку медіа-сфери України / В. Ковалевський // Політичний менеджмент. – 2009. – № 5. – С. 109–119.
9. Лильо В. Ідеологічні пріоритети сучасної журналістики: філософські й методологічні аспекти / В. Лильо // Визвольний шлях. – 2007. – № 4. – С. 9–17.
10. Пронин Е. И. Медиапсихология: новейшие информационные технологии и феномен человека / Е. И. Пронин, Е. Е. Пронина // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 151–161.
11. Положий Б. С. Культуральная психиатрия: взгляд на проблему / Б. С. Положий // Российский психиатрический журнал. – 1997. – № 3. – С. 5–10.
12. Положий Б. С. Стрессы социальных изменений и расстройства психического здоровья / Б. С. Положий // Обозрение психиатр. и мед. психол. им. В. М. Бехтерева. – 1996. – № 2. – С. 136–143.
13. Руднев В. П. Характеры и расстройства личности : Патография и метапсихология / В. П. Руднев. – М. : Класс, 2002. – 272 с.

14. Сидоров П. И. Введение в клиническую психологию : учеб. для студентов медицинских вузов. Т. I / П. И. Сидоров, А. В. Парняков ; [под ред. проф. В. В. Макарова]. – М. : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2000. – 416 с.
15. Сидоров П. И. Психический терроризм – нелетальное оружие массового поражения / П. И. Сидоров // Российский психиатрический журнал. – 2005. – № 3. – С. 28–34.
16. Социальный стресс и психическое здоровье / под ред. академика РАМН проф. Т. Б. Дмитриевой и проф. А. И. Воложина. – М. : ГОУ ВУНМЦ МЗ РФ, 2001. – 248 с.
17. Фромм Э. Бегство от свободы / Э. Фромм : пер. с англ. – М. : Харвест ТОО. – 1992. – 384 с.
18. Юрьева Л. Н. История. Культура. Психические и поведенческие расстройства / Л. Н. Юрьева. – К. : Сфера, 2002. – 314 с.
19. Ясперс К. Общая психопатология / К. Ясперс. – М. : Практика, 1997. – 1056 с.

УДК 159.92

Анастасія Одінцева

УСВІДОМЛЕНІСТЬ ЖИТТЄВИХ РОЛЕЙ У КОНТЕКСТІ ДУХОВНОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

У статті наведені результати розроблення та впровадження тренінгового заняття, спрямованого на розвиток свідомих ролей особистості. Тренінг розрахований на молодих людей віком від 18 до 23 років. Проаналізовані та описані використані вправи, які базуються на арт-терапевтичних методах. Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше на науковому рівні було висвітлено програму тренінгових заходів, спрямовану саме на розвиток ролей особистості.

Ключові слова: роль, рольова компетентність, рольовий репертуар, тренінг, арт-терапія, казкотерапія.

The results of the development and implementation of training sessions aimed at promoting the role of conscious personality is highlighted in the article. The training is designed for young people age from 18 to 23 years. In the main part of the paper are presented and described the praxis which was used, based on art therapy techniques. The scientific novelty of the material obtained lies in the fact that for the first time at the scientific level training program was lit, aimed at developing individual roles.

Keywords: role, competence of role, repertoire of roles, training, art therapy, fairy tale therapy.

Постановка проблеми. Однією з важливих умов розвитку духовності є розвиток здатності дистанціюватися від безпосередніх життєвих обставин. Розвиток духовності завжди передбачає вміння піднятися над обставинами, стати «вище», отримати власний погляд на світ, стаючи, таким чином, суб'єктом себтворення. Складовою та результатом процесу духовного розвитку особистості є самовиховання – свідома діяльність людини, спрямована на вироблення та вдосконалення позитивних і подолання негативних своїх якостей, на формування власної особистості відповідно до поставленої мети. Для цього особистості необхідно свідомо обирати ролі, які вона виконує в житті.

За визначенням Р.Г.Тернера, роль – це сукупність патернів поведінки, які становлять значуще ціле та властиві людині, яка займає специфічний статус у суспільстві (напр., доктора або батька), неофіційну позицію в міжособистісних