

КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ СІМЕЙНИХ СТОСУНКІВ

Анатолій РАЦУЛ (Кіровоград)

У статті автор розкриває вплив засобів масової інформації та комп'ютерних технологій на формування культури сімейних стосунків.

В статье автором рассматривается влияние средств массовой информации и компьютерных технологий на формирование культуры семейных отношений.

Ключові слова: засоби масової інформації, комп'ютерні технології, формування культури, сімейні стосунки, інформаційні технології.

Головною особливістю сьогодення є значне збільшення ролі впливу на формування особистості стихійних соціальних факторів (преси, телебачення, комп'ютерних технологій) порівняно з цілеспрямованими соціальними впливами, якими є навчання і виховання, як у родині, так і в навчальних закладах.

У наш час значний вплив на свідомість і підсвідомість людей здійснюють інформаційні технології (засоби масової інформації, комп'ютерні технології, зміст навчальних програм). Та реальність, яку нам пропонують сьогодні ЗМІ, безумовно, опосередкована чиясь думкою, вона спрощена й не пропонує роздумів, аналізу. У деяких випадках ця інформація може бути небезпечною, тому що людина приймає її готовою, не замислюючись, і через це легко піддається впливові. Внаслідок цього сучасній людині часто легше зануритися в потік інформації, ніж критично її сприймати. ЗМІ сьогодні – це могутній фактор впливу на психічні стани людей.

Особливо вразливою категорією в нинішній ситуації є діти. Зайнятість батьків та вчителів, нерозуміння важливості впливу батьківського авторитету або недостатня мотивація щодо виховання підростаючого покоління призводять до того, що «вихователями» для дітей стають преса, телебачення, комп'ютери, Інтернет, репутація яких є досить сумнівною. Агресія, жорстокість, сексуальна розбещеність, безвідповідальність, егоїзм, маніпулювання свідомістю – далеко не весь перелік того, чого вони «навчають» молоде покоління.

Нове покоління зростає в новій системі ціннісних орієнтацій, які вважаються агресивною підлітково-молодіжною субкультурою. Представники «нових» ціннісних орієнтацій відкидають принципи гуманізму й спрямовують вектор руйнування проти сім'ї як соціального інституту, як провідної детермінанти повноцінного психічного розвитку дітей.

Проблема підготовки молоді до сімейного життя досліджувалась у працях І. С. Волги, Т. В. Говоруна, І. С. Голода, В. П. Горелика, І. В. Гребенникова, З. Г. Кисарчук, В. П. Ключникова, С. В. Ковальова, С. Д. Лаптенка, А. Г. Харчева. У них висвітлювалися проблеми сучасної сім'ї, питання про формування сімейно-шлюбних стосунків, типології функцій сім'ї. Разом з цим, спеціальних досліджень, котрі торкалися б вивчення особливостей процесу формування культури сімейних стосунків під впливом інформаційних технологій, не виявлено, тоді як ця проблема є дуже важливою складовою нормативного психічного розвитку, становлення особистості, підготовки молодого покоління до сімейного життя. Особливо гострого значення ця проблема має сьогодні у зв'язку з нівелюванням багатьох цінностей і пошуком молоддю нових ідеалів, у тому числі й у сфері культури сімейних стосунків.

Мета нашого дослідження полягає у вивченні особливостей впливу інформаційних

технологій на формування культури сімейних стосунків та розробка програми формування культури сімейних стосунків у підлітків.

Об'єктом нашого дослідження є вплив інформаційних технологій на формування культури сімейних стосунків.

Предметом дослідження є прийоми корекції та протидії впливу інформаційних технологій на формування культури сімейних стосунків у підлітків.

Демократизація суспільства, зростання інформаційної активності й споживання призвело до уточнення визначення інформаційних технологій як засобів управління суспільною свідомістю. До таких засобів належать рекламні технології, нейролінгвістичне програмування, політичні та інші технології в соціальній сфері (у тому числі й навчальні). У контексті нашого дослідження під інформаційними технологіями ми маємо на увазі вплив ЗМІ та навчальних програм.

На думку Г. Г. Почепцова, сучасні інформаційні технології принесли абсолютно нові повідомлення, до яких масова свідомість не змогла адаптуватись.

Засоби масової інформації висвітлюють різні актуальні суспільні проблеми й тим самим впливають на думку і поведінку людей як у суспільстві, так й індивідуально. До технічного інструментарію ЗМІ належать преса, радіо, телебачення, а останній часом – Інтернет і реклама.

На думку Т. І. Пашукової, багато маніпулятивних дій спрямовані на звуження свідомості й посилення навіюваності. Насамперед, вони розраховуються на віруючих і молодь. Сильний вплив на психіку здійснюється спеціальними прийомами навіювання й психічного тиску. Вони спрямовані на емоційно-вольову сферу й викликають, залежно від зміни стану особи, ефект натхнення або відчуття пригніченості.

Розглянемо більш докладно ці прийоми. Навіюваність вища в людей з ослабленим здоров'ям, нерозвиненим світоглядом, невисокою за розвитком свідомістю й слабкою критичністю мислення.

Звуження свідомості досягається: прийомами спрощення мислення; відміною системи значень; смисловими змінами; впливом на зміст і структуру світогляду; впливом на емоційну сферу особистості.

Особливо небезпечні маніпулятивні дії на сучасному етапі, який характеризується деструктивними змінами в суспільстві. Деструктивним змінам сприяють: глобальна духовно-етична криза, що виявляється у вигляді балансу етичних ідеалів і цінностей; розвиток глобальних телекомунікаційних систем, які значно розширюють можливості

поширення в суспільстві культу сили й насильства, внаслідок чого збільшився рівень нервово-психічних розладів та адекватної агресії в населення; деякі з інформаційних технологій викликають зміни в психіці людей, у свідомості й поведінці; перевищення природовідповідного обсягу візуальної інформації, що звернена до людей, а головне, до дітей. Ця інформація призводить до зламу механізмів сприймання, уваги і пам'яті [4, с. 136].

Схильність піддаватися маніпуляції є серйозною небезпекою в значенні наслідків поведінки населення та здоров'я нації. За даними досліджень, не тільки школярі, але й студенти мають страхи, зміст яких детерміновано інформаційним впливом. Прикладом можуть бути страхи звалтування і тортур.

Усе перелічене вище показує вкрай важливу актуальність питання про відповідальність за маніпуляцію свідомістю й невідкладність розв'язання протистояння руйнівним наслідкам інформаційного впливу.

С. Кара-Мурза зазначає, що людина, яка дивиться телевізор, глибше сприймає інформацію, гостріше переживає почуття радості або страху, її психіка може перебувати в більшій мірі гальмування або збудження.

Причиною виникнення певної залежності від телебачення є велике бажання спілкуватися, що притягує людину до свого домашнього «друга-вампіра». Людина, слухаючи й дивлячись його, «розкриває» йому свою душу, а той навіює їй певні думки й ідеї.

Основним прийомом впливу телебачення є:

- відсутність зворотного зв'язку. Не маючи зворотного зв'язку, людина є приймачем ідей;
- анонімність людини, що перебуває перед телеекраном. Це дає змогу певною мірою задовольнити свої ниці почуття (злість, хіть тощо). Насолоджуючись картинами вбивства, насильства, вульгарності, наодинці, людина не відчуває докорів зі сторони, перебуваючи в стані пристрастей і бажань. Несвідомо, у стані гіпнозу, вона добровільно передає телебаченню управління своїми психічними процесами;
- наявність моделі для наслідування. Спілкуючись з усім світом через телевізор, людина знаходить для себе щось цінне, у тому числі й ідеал свого існування. В одних це суперлюди, сміливі поліцейські або гангстери з американських детективів, в інших – політичні, суспільні діячі, у третіх – знамениті кіноактори, модельєри, спортсмени тощо. Своєю ідеологією людина

повністю довіряє, беззаперечно вірить їхнім словам і діям, і починає наслідувати їхні принципи. Модель цинічної поведінки транслюється через безліч американських підліткових фільмів: «Американський пиріг», «Щось гостре в штанах»... Сотні фільмів формують особистість із спотвореними поняттями про всі сфери життя, у тому числі про найінтимніші, найтонші. У молоді криється неприязнь до дітей, а гомосексуалізм зводяться в ранг норми.

Тепер перейдемо до аналізу спеціальних телевізійних методів уведення людини у стан гіпнозу.

1. Щоб зацікавити людину й повернути її увагу до екрана, використовуються наступні ефекти:

2. створення яскравого відеоряду з метою утворення певного світлового відчуття, і чим воно сильніше, тим сильніше до нього повертається увага;

3. таке ж зауваження слід віднести і до звукових ефектів;

4. новизна й незвичність також повертає увагу до екрану, тому що за законом руху й розвитку психічних процесів монотонність викликає відразу;

5. показ крупним планом обличчя людини є особливо дієвим чинником гіпнотизації, тому що, дивлячись на людське обличчя, телеглядач відразу проймається до нього симпатією або огидою (що ми й помічаємо в повсякденному людському спілкуванні), і, отже, дивлячись на симпатичне обличчя, що й повертає до себе, він мимовільно зупинить свою увагу на телеекрані.

– Для швидкого введення в стан гіпнозу увагу людини короткочасно зупиняють на одній крапці, картинці, нерухомому об'єкті. Наприклад, годинник перед програмою «Час», різні фотографії з пейзажами, що показуються між передачами, нерухома людина-коментатор, диктор або ведучий передачі.

– У медичній практиці гіпнотизація використовує ефекти швидкого спалаху, гучного звуку, після яких різке збудження нервової системи швидко змінюється гальмуванням. Цей метод можна спостерігати в різних рекламних і програмних вставках, а також у теле- і кінофільмах.

– Переривання фільмів на найтрагічнішому місці спонукає телеглядачів з нетерпінням чекати наступної серії, що робить людину зацікавленою і внаслідок цього відкритою для нового сеансу навіювання.

– Відео-комп'ютерні спецефекти ваблять до себе неосвіченого глядача своєю фантастичною гармонією образів і звуків.

Вони миттєво проникають у душу, викликаючи її часткове руйнування з метою навіювання або зміни психічних процесів.

– У 70-х роках у радянському суспільстві проводився наступний експеримент: деякій групі з 6 осіб було показано телефільм. Після перегляду організовано обговорення, на якому всі учасники перегляду висловили загальну ідею, яка не збігалася з ідеєю фільму. Виявилось, що між кадрами цього фільму були вмонтовані інші (про висловлену ідею) кадри, що не уловлювалися глядачами, але відкладалися в їхній свідомості. Можливо, що ця дія над свідомістю має відбуватися й відбувається в наш час. На цьому методі побудована система вивчення англійської мови Ілони Давидової.

– Ще на початку ХХ століття учений В. М. Бехтерев відкрив певний набір сигналів і мелодій, які відкривають ухід у підсвідомість людини. Лунає повідомлення, яке незалежно від людини добре відкладається в її пам'яті. А після – знову мелодія, яка вже закриває вхід у підсвідомість небажаної зовнішньої інформації. Після цього відкриття в нас у країні проводилися експерименти за допомогою радіо, і результати цілком задовольнили експериментаторів.

– Безперечна роль у телевізійному навіюванні належить ретельному плануванню передач. Наша психіка не може постійно бути напруженою або загальмованою, обов'язково в найближчому часі відбувається зміна стану. Так і передачі, що йдуть одна за одною, не можуть бути однаковими за ідеєю й настроєм. Обов'язково одна буде серйозна, а потім – легка й весела.

– Телевізійна зйомка й подальший майстерний монтаж можуть створити ідеальну подію, ідеальну людину, ідеальну державу, і навпаки, тобто можна повернути правду в обман, обман – у правду.

Перераховані методи гіпнотичної дії на людину широко використовуються по всьому світові. Дуже важливою проблемою при розгляді впливу телебачення на маси є діти. Хотілося б відзначити, що діти через відсутність у них повного усвідомлення меж реальності, всі події, які відбуваються перед їхніми очима, сприймають у теперішньому часі. Вбивство й насильство не викликають у них відчуттів страху або огиди, тому що вони в результаті звикання до телепередач для них природні й реальні.

Залежно від стану нервової системи навіювання відбувається або в першій стадії гіпнозу, яка характеризується відчуттям спокою, розслабленням м'язів, збереженням зв'язку з оточенням і здатністю протистояти

словесному навіюванню, або в другій, більш глибокій, для якої характерна сонливість, заціпеніння, пасивна покірність навіюванню. Основою навіювання в гіпнотичному стані є можливість підтримувати зв'язок телевізора з людиною і високу концентрацію уваги на екрані й телевізійному повідомленні. Це звукове повідомлення, котре, як завжди, не перериває гіпнотичного стану й впливає на психіку глядача відповідно до його змісту. Характер словесного навіювання залежить від психічного стану, особливостей особистості й мети. Плодами використання теленавіювання є свідоме розкладання і поневолення особистості й суспільства в усьому світі.

Людину, що сидить перед екраном, можна привести в гіпнотичний стан, адже, на думку А. Морі, вона перебуває у владі того, хто справляє враження *на* її відчуття або уяву. Експериментатори стверджують, що можна не тільки нагадати їй деякі думки, але й навести її на ті, які маєш сам, і таким чином впливати на її волю. Відчуття в цьому стані робляться пасивними або й заразливими, розум утрачає реактивну силу, що достатньо повідомити глядачу думку або викликати в ньому відчуття, що її породжує, щоб він сприйняв її, не помічаючи, що вона прийшла до нього ззовні; він дивиться на неї як на свою власну, він вірить у все, що говорять йому, він відчуває все, що йому загадують.

Отже, ми з'ясували силу і методи телевізійного навіювання ЗМІ, за допомогою якого проводиться маніпулювання як окремою людиною, так і суспільством у цілому. У результаті ми бачимо, як великі суспільні маси сліпо піддаються телевізійному навіюванню ЗМІ.

С. Кара-Мурза розрізняє наступні види такого масового навіювання:

– Заспокійлива дія, спрямована на заспокоєння, ослаблення хворобливих відчуттів або пом'якшення емоційної реакції на хворобу. З метою заспокоєння суспільства телебаченням навмисно приховується статистика самогубств, абортів, кримінальних злочинів; пом'якшується катастрофічний стан економіки, екології й духовної моральності народу.

– Коригувальна дія, покликана виробити певне ставлення до криз суспільства й послабити негативну значущість причин кризи. Всіляка небажана інформація, основна ідея якої не збігається з офіційною інформаційною доктриною (ідеї православ'я, патріотизму, розумні рішення в плані держави та економіки) обов'язково згладжується, виправляється подальшим показом фільмів і

передач з відволікаючим або явно протилежним змістом.

– Стимулююча дія, що має на меті мобілізувати компенсаторні механізми і підвищити соціальну активність суспільства. Згадати, для прикладу, можна телевізійне насадження нового для нас принципу життя суспільства – демократії [5, с. 297 – 298].

Так, крім розглянутих вище методів впливу, зараз також активно використовується методика сублімації. Визначення «сублімація» (SBL) ввели в психоаналіз ще К. Юнг і З. Фрейд. Загалом SBL означає неусвідомлене сприйняття підсвідомістю чужих команд, що впливають на мотивацію поведінки через секс, страх смерті, голод і спрагу, – головні й найсильніші підсвідомі керувальні фактори, причому найголовнішим з них є секс. Звертання ж до сексуального інстинкту, найсильнішого з усіх наявних біологічних інстинктів, створює в людині, яка піддається такому впливові, значно велику підсвідому мотиваційну тривогу й напруження. У результаті кількість купленого товару чи продукту виявлялася в багато разів більшою, якщо формула впливу звучала приблизно так: «Хочете сексу? Їжте (пийте тощо)». Як показують експерименти, підсвідомість людини, що зазнає такої сексуальної атаки, відчуває сексуальне порушення, яке не піддається контролю свідомістю й може розрядитися тільки в одному випадку – з купівлею зазначеного в рекламі продукту. Поки цей продукт не придбано, людина буде переживати негативні почуття, причини яких залишаться їй неусвідомленими. Сьогодні ми перебуваємо в центрі цього сексуального божевілля – секс зустрічає нас скрізь: у пляшках багатьох алкогольних і безалкогольних напоїв, сигарет, жувальних гумок і багато чого іншого.

Суттєвим аспектом проблеми впливу ЗМІ на свідомість і поведінку людини є те, що на індивідуальному рівні глядач може й *не відчувати, що його* інформують, навчають або виховують. Українці рідко людина вмикає телевізор з метою.

Сучасні фахівці з реклами дотримуються теорії трьох психологічних станів:

- Людина знає, що з нею відбувається, і може пояснити це.
- Людина усвідомлює свої почуття, але не може пояснити їхні причини.
- Людина нічого не знає ні про свій стан, ні про причини, що його викликали.

Останнім часом реклама також впливає на формування культури сімейних стосунків. Проте ми не будемо аналізувати види впливу реклами на споживача, для цього необхідне

проведення окремого дослідження. Обмежимося лише впливом реклами на формування культури сімейних стосунків.

Реклама дістається споживачу «безкоштовно» (за її виготовлення і доставку сплачують замовники, зацікавлені у формуванні попиту на певні шари й ідеї) та сприяє впровадженню у свідомість людей рекламного образу, що надалі стає стереотипом, через який легше впливати на споживачів. Щосили рекламодавці прагнуть сподобатися підліткам, розуміючи, що ті становлять значну частину телеаудиторії. І найпростіший спосіб – це говорити зрозумілою для них мовою. Тому мова юних героїв у роликах перенасичена підлітковим сленгом: «кльово», «класно», «круто», «відтягнись зі смаком», «не гальмуй – снікерсуй».

ЗМІ використовують у рекламі такі глибокі мотиви впливу, як:

- почуття впевненості (дезодорант «Ахе-ефект»);
- експлуатація сексуальних бажань (чай «Несті»);
- надійність (мило, косметика); потреби в безпеці («Захисти себе. Користуйся презервативами»);
- самозадоволення («Повна свобода...», «Ти здатен на більше», «Завжди перший...»);
- творчі нахили («Свіжий погляд на речі...», «А як ти збовтаєш соки «Біола»?);
- звернення до дружби («У колі друзів»);
- об'єкти любові (герої мультфільмів, діти);
- сила (енергетичний напій «Бьорн»); сімейні традиції (вино: «Добрі старі часи – рідне солодке домашнє вино – вино, що робила бабуся»);
- безсмертя (страхування життя) [5, с. 311 – 312].

Реклама, на жаль, належить до числа макрочинників, попередити вплив яких деколи неможливо. Одним з провідних факторів протистояння рекламі є нормування в підлітка рефлексивності, критичності, асертивності мислення.

Преса також використовує різні маніпулятивні технології, що впливають на формування культури сімейних стосунків, а саме на ставову мораль.

Особливістю преси є те, що газети, журнали можна читати, коли зручно, а тому молодь часто свій вільний час витрачає на читання журналів, замість нормативного для їхнього розвитку спілкування з однолітками.

Прийоми секс-пропаганди протягом останніх років постійно повторюються в цілому ряді ЗМІ.

Як зазначає Н. Є. Маркова основними характеристиками сучасної преси для молоді є:

- використання порнографії, що видається за сексуальну просвіту, як стимулу, що викликає безумовний рефлекс;

- розповсюдження девіантних стереотипів статевої поведінки (збочень, гомосексуалізму) як сучасної сексуальної культурної норми для модних людей.

Інформація порнографічного характеру ретельно вивірена й дозована для кожного із секторів ринку.

Цільовий сегмент ринку: діти 12 – 18 років з міського населення середнього класу. Мета: впровадження підліткового сексу. Тому сексуальні аномалії заохочуються, а дитородіння згадується винятково в контексті запобігання і, зрозуміло, немає мови про статеві стосунки в сім'ї. Подальше слідування «свободі слова й плюралізму думок», тобто сутності елементарної цензури, що забезпечує психологічну й фізіологічну культуру членів суспільства від депресивної дії такого убивчого мистецтва, несе:

- незворотне порушення процесу входження в систему суспільних відносин дітей і підлітків, знищення культурної спадщини й зростання злочинності; блокування природного статевого рефлексу засобами мистецтва й ЗМІ, залучення населення до сексуальних збочень, поширення жіночого і чоловічого гомосексуалізму, а також дитячої проституції та порнографії;
- психічні травми як наслідок психологічного дискомфорту;
- часткове руйнування інституту сім'ї і як наслідок – подальше зниження народжуваності (незалежно від рівня добробуту) і безперервна демографічна катастрофа;
- епідемія СНІДу, наркоманії, демографічна криза.

Тому на розсудливого шкільного вчителя й викладача лягає обов'язок:

- інформувати учнів про можливості й способи маніпуляції свідомістю в рекламних або інших цілях за допомогою сексуального стимулу;
- дати учням історичну інформацію про створення субкультурних груп Західної Європи і США за допомогою впровадження стилю й стилю одягу, з подальшою наркотизацією цих груп;
- інформувати батьків про прямий зв'язок між раннім початком статевого життя і подальшою наркотизацією підлітка.

З появою комп'ютера стало можливим оволодівати багатьма навичками рахунку, читання, читання географічних карт, за

допомогою комп'ютера діти опановують їх швидше, а нерідко й краще, ніж при звичайному навчанні. Знакова система позитивно впливає на розвиток пізнавальних процесів.

Проте, поряд з позитивним впливом комп'ютера на психічний розвиток, суттєвим є негативний вплив комп'ютера та комп'ютерних технологій. До них можна віднести порушення нормального спілкування підлітка з однолітками й нечутливість до емоцій інших людей, відхід дитини у віртуальний світ, заміна реального життя віртуальним, виникнення так званої «комп'ютерної залежності».

Тому й суспільство зустріло захоплення Інтернетом неоднозначно: на фоні захоплення можливостями комп'ютера виникає настороженість, а в деяких випадках – прямий осуд. З'являється велика кількість повідомлень, що застерігають про небезпечний вплив комп'ютера в цілому й комп'ютерних ігор, зокрема на психіку підлітків. Заняття з комп'ютером – це свого роду залежність, яка виражається в таких психопатологічних симптомах, як нездатність підлітка переходити на інші розваги, відчуття уявної переваги над оточенням, так званий синдром «вершителя доль», якого набуває гравець, керуючи «життям» комп'ютерних персонажів. Наголошується й така небезпека, як «обман» підлітка, зубожіння його емоційної сфери, одлітки гравець, якщо він хоче виграти, повинен постійно пригнічувати свої відчуття й залишатися холоднокровним. Деякі комп'ютерні ігри провокують, на думку авторів, агресивну поведінку, звеличення воїн, насилля й екстремізму. Є дані, згідно з якими в досліджуваних, що грають у віртуальні ігри, спостерігалось значно сильніше фізіологічне збудження, а також більша кількість агресивних думок порівняно з контрольною групою.

Як негативні наслідки комп'ютерних ігор, указують звуження кола ІНТЕРЕСІВ підлітка, прагнення до створення власного світу, відхід від реальності, думку А. В. Беляєвої: заняття з комп'ютером замість спілкування з однолітками призводить до соціальної ізоляції й труднощів у міжособистісних конфліктах. Оскільки саме спілкування слугує для підлітків головним засобом розвитку їхньої особистості, то депривація спілкування, викликана комп'ютером, дійсно має місце, і є найдраматичнішою. Негативну картину доповнюють соматичні порушення (зниження гостроти зору, швидка стомлюваність тощо), котрі, як уважають, є прямим наслідком «комп'ютеризації» вільного часу підлітків [1, с. 146].

З розвитком технологій систем віртуальної реальності, зростає й кількість тих, що захоплюються цим явищем. «Спілкування» з віртуальною реальністю для більшості людей поширено на сьогодні на рівні віртуальних комп'ютерних ігор. Проте розповсюдження систем віртуальної реальності набирає обертів і у виробничій сфері діяльності людини. Усе більше людей залучається до спілкування з віртуальним середовищем, і це породжує іншу тенденцію – віртуальну аддикцію (нехімічну психологічну залежність людини від систем віртуальної реальності). Передумовами для цієї аддикції, наприклад, може бути наявна «залежність геймерів» від комп'ютерних ігор.

Аддикт прагне увійти до ролі комп'ютерного персонажа, знайти своє «віртуальне Я», тому що «Я віртуальне» не випробовує проблем адаптації – воно сильне, розумне, спритне, йому доступна зброя, гроші, на які можна купити все у віртуальному світі й т. д. Але людина розуміє, що вона живе в реальному світі, де далеко не така сильна й багата, а головне, що вона смертна, на відміну від свого віртуального героя, якого без проблем можна воскресити, почавши нову гру. З цього погляду, вихід з віртуальної реальності – це повернення з ролі надлюдини у свій звичайний стан, який менше влаштовує аддикти. Порівняння себе з комп'ютерним героєм, очима якого аддикт дивиться віртуальний світ, підсилює проблеми дезадаптації, підвищує тривожність людини, що впливає на зміну загального фону настрою аж до депресивних станів.

Якою мірою залежність від віртуальної реальності може вплинути на зміну свідомості людини, зараз дуже складно спрогнозувати. Гіпермотивованість, яка може лежати в основі цієї залежності, на жаль, поки що недостатньо вивчена, залежності від віртуальної реальності заслуговує окремого серйозного вивчення [1, с. 146 – 147].

Підбиваючи підсумки сказаному, хочеться погодитися з А. Юхвидом у тому, що необхідно розробити правову концепцію використання систем віртуальної реальності, щоб унеможливити їхнє використання, наприклад, зі злочинною метою (зомбування, контроль над свідомістю, експерименти на психіці тощо).

Статтею 20 Закону України про виховання дітей та молоді задекларовано, що засоби масової інформації усіх форм власності зобов'язані пропагувати суспільно значущі цінності. При цьому забороняється пропагувати насильства, жорстокості, брутальності й порнографії; здійснювати інформаційний вплив, який своїм змістом суперечить цілям виховання, хоча на практиці

трапляються грубі порушення чинного законодавства.

Таким чином, у сучасному суспільстві під вплив ЗМІ порушено процес формування культури сімейних стосунків. Для цього ЗМІ використовують різноманітні маніпулятивні технології, об'єктами яких є переважно підлітки й молодь, які внаслідок відсутності належного навчання нездатні протистояти маніпулятивним впливам. Тому необхідна розробка програм відновлення порушеної маніпулятивними технологіями системи психічної саморегуляції і механізмів психологічного захисту у населення, підвищення культури споживачів сучасної інформації, у тому числі користувачів ЗМІ. Потрібні критерії оцінки інформаційних маніпуляцій і розробку психогігієнічних прийомів і заходів, що містять психологічну профілактику важких психічних станів, навчання способів саморегуляції і самовідновлення залежно від специфіки різних видів впливу.

Навчання населення способів саморегуляції і самовідновлення досить актуальне, оскільки в практиці психологічного консультування частішають звернення людей з проблемами, викликаними психічним впливом відео- й аудіоадукації. Найтиповішими є труднощі дезідентифікації з героями фільмів, надмірна емоційність сприйняття повідомлень тощо. У вразливих людей кадри з фільмів жахів, викликаючи часом стани страху або сильну тривожність, порушують не тільки нормальну працездатність і тверезість мислення, але й ведуть до психосоматичних змін [5, с. 96 – 97].

Ми згодні з думкою академіка Л. П. Гримака, яка полягає в тому, що в даний час повністю визначилася потреба у створенні системи екологічного контролю глобального інформаційного середовища людини, оскільки генетично обумовлені механізми навіюваності й гіпнабельності не зможуть забезпечити їй можливість вижити в тих умовах, які формуються засобами емоційного впливу [2; 72].

На нашу думку, створення системи екологічного контролю інформаційного середовища повинне проходити гласно й залучати широкі верстви населення в процес оцінки аудіо- і відеопродукції і супроводитися заходами, що сприяють розвитку критичності й рефлексії мислення, наукового світогляду й культури в споживачів інформації.

Для забезпечення здоров'я нації в даний час потрібні заходи, спрямовані на зниження поширення аморальності, сексуальної розбещеності, протидію пропаганді насильства й жорстокості.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Беляева А. В., Коул М. Компьютерно-опосредствованная совместная деятельность и проблема психического развития // Психологический журнал. – 1991. – Т. 12. – №2. – С. 145 – 152.

2. Гримак Л. П. Информациология гипноза // Прикладная психология. – 2002. – № 2. – С. 66 – 73.

3. Пашукова Т. И. Манипуляция сознанием и возможности психологической защиты // Профилактика психологического насилия, манипулирования сознанием и развитие критического мышления в молодёжной среде: Материалы международной научно-практической конференции 27 – 28 мая 2004, Киев ОО "Союз защиты семьи и личности", 2004. – С. 91 – 99.

4. Рубцов В. В., Хайлова В. А., Гладких Л. П. Психологические аспекты организации системы антитеррористической безопасности // Вопросы психологии. – 2001. – 4. – С. 136 – 138.

5. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М.: Пресс-Ц. – 2003. – 638 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Рацул Анатолій Борисович – кандидат педагогічних наук, професор, декан психолого-педагогічного факультету КДПУ ім. В. Винниченка.

Наукові інтереси: педагогіка середньої та вищої школи.