

УДК 159.923.5

Л. М. Король, С. М. Максимець

**ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ ЗМІ
НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ**

Розглядається вплив засобів масової інформації (ЗМІ) на психіку та особистість сучасної молоді. Визначаються види ЗМІ, яким надається перевага. Вивчається проблема Інтернет-залежності молоді, аналізуються особливості психічних станів та розвитку окремих рис особистості залежних та звичайних користувачів мережі Інтернет. Окреслюються шляхи попередження та профілактики негативного впливу ЗМІ на молодь.

Ключові слова: *засоби масової інформації, Інтернет-залежність, особистість, психічні стани.*

Постановка проблеми. В умовах ускладнення політичних, соціально-економічних обставин життя в світі та в Україні, зокрема, особливої ролі в суспільстві та впливу на формування особистості набувають засоби масової інформації (ЗМІ). За допомогою ЗМІ здійснюється інформування, навчання, переконання і навіювання, зміст яких соціально обумовлений, тиражує політичні погляди, соціальні норми та духовні цінності, що відображають пануючі світоглядні уявлення і суспільний настрій, орієнтуються на потреби різних категорій населення.

Неможливо переоцінити вплив сучасних засобів інформації на розвиток підростаючого покоління. Вони перетворилися на необхідний елемент повсякденного життя та значною частиною середовища проживання людини. Нові технології, насамперед, мікроелектроніка, все активніше застосовуються у всіх типах навчально-виховних закладів, а також у сфері дозвілля дітей і молоді. У зв'язку з прогресом розповсюдження інформаційних технологій, зокрема

комп'ютеризацією життя, актуальним є розгляд проблеми виховання молоді в цих умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями впливу ЗМІ на розвиток молодого покоління займалися вітчизняні та іноземні науковці (А. Москаленко, Л. Губернський, І. Зверева, Н. Миропольська, Л. Коваль, О. Белінська, В. Бурова, А. Войскунський, С. Якимов, К. Янг). Вони вказують на неоднозначний вплив інформації, поданої ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Так, завдяки змісту інформації, особистість отримує доступ до цінностей культури, підвищує рівень соціального та когнітивного розвитку; водночас створюється низка проблем, що породжує в ряді випадків небезпечні явища, які потребують контролю.

З раннього дитинства через засоби масової інформації – радіо, пресу, телебачення, Інтернет, рекламу та ін. – зрушується на підростаючу особистість великий обсяг суперечливої інформації та несистематизованих знань з різних галузей життя, під впливом яких

у неї формується певний тип поведінки, оцінки, установки, ставлення до себе і до інших.

Крім політологічного і соціального аспектів феномена «засоби масової інформації», існує тісно пов'язаний із ними психологічний аспект. Перш за все зміст передач, повідомлень, подій, що транслюються через ЗМІ, створюються з урахуванням особливостей, закономірностей та механізмів психологічного впливу. Під психологічним впливом розуміється навмисне цілеспрямоване втручання у процес психологічного відображення дійсності та становлення особистості людини за допомогою психологічних засобів. Цей вплив може бути як позитивним, так і негативним, у зв'язку з чим виникла проблема нанесення ЗМІ шкоди психічному здоров'ю людини, зокрема дітей та молоді.

Подання інформації часто носить кліповий характер: відсутність або короткочасність пояснень і коментарів, зменшення кількості інтелектуальних програм та збільшення кількості рекламних повідомлень, відеокліпів, стислих анонсів та оглядів, що призводить до деградації логічного мислення у сучасного споживача ЗМІ. Особливий вплив забезпечується яскравістю та привабливістю візуального образу – передавача інформації, завдяки чому виникає ілюзія отримання достовірних знань про світ і події в ньому.

Під впливом медіа зазнають зміни й інші психічні пізнавальні процеси: втрачається адекватність сприймання явищ; реалістичність образів уяви, увага та пам'ять зосереджуються на несуттєвому, що постійно повторюється і вирізняється на фоні своєю привабливістю.

Особливий вплив ЗМІ мають на масове мистецтво, формують у молоді викривлене уявлення про світ та життя, призводять до втрати моральності. Прикладом цього є бажання молоді отримати «все і відразу», прагнення до життя в розвагах і розкоші, яку вони бачать у передачах про світські «тусовки».

Через ЗМІ здійснюється також комунікативні акти соціально-контактної спрямованості: встановлення зв'язків на рівні «індивід-група», «індивід-індивід». Під час спілкування відбувається взаємообмін діяльністю, цінностями, інформацією, уміннями, моделями поведінки, емоціями.

Громадська думка, суспільна та індивідуальна свідомість, соціальні настрої формуються під впливом усіх засобів масової інформації. Абсолютна більшість людей входить одночасно до складу аудиторії декількох засобів чи джерел масової інформації (радіо, преса, телебачення, Інтернет).

Отже, важливо виявити, які саме ЗМІ є особливо впливовими, визначити характер їх впливу на становлення якостей підростаючої особистості та можливість його регулювання.

Зважаючи на актуальність, нами проводилось вивчення впливу ЗМІ на становлення особистості учнівської молоді. Дослідження проводилось серед студен-

тів Житомирського державного університету імені Івана Франка.

З метою визначення частоти звернення студентів до засобів масової інформації, мети використання та значення для них різних видів ЗМІ (радіо, телебачення, Інтернету) були проведені бесіди та анкетування. Слід зазначити, що відповіді досліджуваних нами студентів різних курсів, спеціальностей та статі дещо відрізнялись кількісними показниками (у%), однак, тенденція розподілу варіантів відповідей (за результатами досліджень) зберігалась.

В цілому вказані ЗМІ служать їм як для виконання учбових завдань, так і для проведення вільного часу. Біля 60% опитаних студентів вільний від занять та підготовки до них час проводять найчастіше за комп'ютером, менше – біля телевізора і рідко – слухають радіо.

92% студентів вказали, що використовують Інтернет щодня, 8% - 4-6 раз на тиждень. Метою перебування в мережі Інтернет називають спілкування – 92%; пошук інформації учбового змісту (рефератів, статей, доповідей та ін.) – 61,5%; отримання цікавої інформації з різних питань (музика, мода, здоров'я тощо) – 58%; перегляд художніх фільмів – 42%, розваги (ігри, гумор та інше) – 38%. Інтернет у багатьох випадках виконує роль телебачення – забезпечує перегляд пропущених телевізійних програм.

Вивчення частоти перегляду студентами телевізійних передач дало наступні результати: один раз на тиждень – 36%, 2-3- рази – 31 %, 4-6 разів – 12%, щодня – 18%, не дивляться зовсім – 3%. Зазвичай студенти дивляться новини (60%), художні фільми, розважальні шоу (47%), музичні програми (40%), науково-пізнавальні програми (27%), спортивні програми (19%)с та мультфільми (15%).

Якщо говорити про художні фільми, найбільше подобаються та приваблюють молодь комедії (62%), фантастика (40%), мелодрами (50%), на серіали та трилери припадає по 27% виборів, детективи та екранізації класичних творів надають перевагу відповідно 19% та 15% досліджуваних нами студентів. Популярністю у молоді користуються фільми-бойовики, містичні та фільми-жахів. Надмірне захоплення подібною кінопродукцією, розважальними шоу, серіалами, музичними передачами не сприяє формуванню адекватного світосприймання, наукових переконань і світогляду та перешкоджає розвитку особистісної активності.

Значно менше, порівняно із Інтернетом та телебаченням, сучасна молодь слухає радіо. Так, 50% вказали на те, що зовсім його не слухають, 1 раз на тиждень -15%, 2-3 рази – також 15%, 4-6 раз – 12% та лише 8% - щодня. Слухають радіостанції, які транслюють музику. Домінуючий інтерес до музики задовольняється також за допомогою Інтернету, телебачення та мобільних телефонів, які здебільшого виконують для молоді роль ЗМІ.

Слід зазначити, що читанню книг задля задоволення надають перевагу тільки 10% досліджуваних, при чому частина з них – в електронному варіанті через Інтернет.

Оцінюючи, що для кожного з них означають ЗМІ, студенти вказували, що це: «джерело інформації» (65%), «засіб для маніпуляції» (13%), «побутова річ» (8%), не відіграють значної ролі» (9%), «зло» (6%).

Отже, використання ЗМІ, зокрема Інтернету, не є однозначним. Надмірне захоплення Інтернетом призводить до Інтернет-залежності, яка останнім часом поширена серед учнівської та студентської молоді.

Багато людей, зокрема студентів, використовують всесвітню мережу не тільки для навчання чи пошуку необхідної інформації, а як засіб проведення життєвого часу. Інтернет – простий і привабливий спосіб відходу від складної, повної різноманітних проблем та негараздів реальності. Дослідники стверджують, що занурений у віртуальну реальність користувач «змушений» актуалізувати витіснені у несвідоме інфантильні уявлення і поведінкові патерни, здебільшого відповідні його власним психологічним потребам [2].

Перебування в Інтернет-мережі пов'язане з почуттям захищеності, яке створює такі особливості, як анонімність, доступність, безпека і простота використання. Особливо привабливим Інтернет є для молодих людей з недостатністю та проблемами спілкування у реальному світі. Перебуваючи, наприклад, В Контакті студент знайомиться з однолітками, які проживають у різних кутках світу, та більш вільно спілкується зі знайомими. Таке спілкування не має агресивного невербального компонента, а вербальних образ набагато менше. Можна висловити свою думку, відчувати себе розкутим у спілкуванні та цікавим для інших, стати більш впевненим в собі.

У віртуальному просторі виникає психологічне поле з абсолютною відкритістю, необмеженими можливостями, де можна робити все, що недоступне в реальному світі. Але з нього важко повертатися до реального життя, навчання. Це призводить до конфлікту, виникнення невротичних порушень і змін в особистості. У першу чергу це стосується тих, кого ми називаємо Інтернет-залежними. Інтернет-залежність визначається як «нав'язлива потреба у використанні Інтернету, що супроводжується соціальною дезадаптацією та яскраво вираженими психологічними симптомами» [1].

Психологи намагаються визначити сукупність симптомів, що складають Інтернет-залежність, розробляють методики її діагностування. Ознаками Інтернет-залежності називають нав'язливе бажання перевірити e-mail, постійне чекання наступного виходу в Інтернет, проведення занадто багато часу в Інтернеті, витрата занадто багато грошей на Інтернет [3].

Нами проводилось дослідження на визначення Інтернет-залежності серед студентів віком від 18 до

21 року. Результати опитування за різними методиками виявились тотожними. Виходячи з отриманих даних ми розподілили студентів на групи, які характеризуються як такі, що рідко використовують Інтернет – 10,5%, звичайні користувачі – 26,3%, надмірно використовують Інтернет – 42,1% та абсолютно Інтернет-залежні – 21,1%.

Інтернет-залежними виявились ті, хто щоденно проводить в Інтернеті за даними попередніх досліджень більше 4-6 годин; надмірні користувачі – щоденно в середньому біля 3-4 годин вільного від навчальних занять часу.

У подальшому дослідженні за допомогою методики Айзенка нами виявлялись та співставлялись рівні ригідності, фрустрації, агресивності та тривожності Інтернет-залежних та звичайних користувачів Інтернету.

Результати свідчать, що для більшості опитаних Інтернет-залежних студентів притаманний середній рівень фрустрації – 77%, в той же час, серед звичайних користувачів такий рівень мають 50%. Враховуючи те, що фрустрованість супроводжується розвитком негативних емоціональних реакцій, це може призвести до певної дезорганізації діяльності та поведінки людини.

За рівнем агресивності Інтернет-залежні та звичайні користувачі помітно відрізняються. Так, низький рівень агресивності виявлено у 23,1% Інтернет-залежних проти 50% звичайних користувачів; середній рівень у приблизно однакової кількості – відповідно 38,5% і 33,3%, високий – 38,5% залежних і 16,7% звичайних користувачів Інтернету. Отже високий рівень агресивності притаманний більше ніж у два рази залежним користувачам мережі Інтернет.

Майже однакова кількість досліджуваних обох груп мають середній рівень ригідності – 53,8% Інтернет-залежних та 50% звичайних користувачів. Натомість сильно виражена ригідність більш притаманна залежним користувачам – 30,8%, а отже, будь-які зміни у житті, у стосунках з іншими людьми можуть призвести до труднощів у спілкуванні, стресів, конфліктів, погіршення самопочуття. Майже вдвічі менший цей показник у групі Інтернет-незалежних – 16,7%. Легкість і гнучкість в прийнятті рішень та поведінкових реакціях, пов'язана з відсутністю ригідності, більш властива 33,3% звичайних користувачів і лише 15,4% Інтернет-залежних.

Певні відмінності спостерігаються у розподілі студентів двох груп і за рівнем тривожності. Низький рівень тривожності діагностовано лише у 15,4% залежних користувачів мережі Інтернет, середній – у 46,1% та високий – у 38,5%. Більше, ніж у 2 рази студентів з протилежної групи мають низький рівень тривожності (33,3%), 66,7% - середній та не виявлено жодного з високим рівнем.

На наступному етапі дослідження вивчався зв'язок Інтернет залежності з такими властивостями

та сторонами особистості, як товариськість, самооцінка, рівень реактивної та особистісної тривожності.

За результатами діагностики за методикою «Оцінка рівня товариськості» (тест Ряховського В.Ф.) виявилось, що для 60% представників дослідницької групи характерна товариськість, часом навіть надміру. Їм властива цікавість, говіркість, вони люблять висловлюватися з різних питань, охоче знайомляться з новими людьми, люблять бути в центрі уваги, нікому не відмовляють у проханні, хоча не завжди можуть це виконати. Бувають запальні, але швидко відходять. Їм бракує лише посидючості, терпіння й відваги при зіткненні із серйозними проблемами, але при бажанні вони цілком можуть змусити себе не відступати.

У 27% товариськість «б'є з них ключем». Вони завжди в курсі всіх справ, люблять брати участь у всіх дискусіях. Охоче обговорюють будь-яке питання, навіть якщо мають про нього поверхневе подання. Усюди почувають добре. Беруться за будь-яку справу, хоча не завжди можуть успішно довести її до кінця. 13% досліджуваних проявляють нормальну комунікабельність. Вони допитливі, охоче слухають цікавого співрозмовника, досить терплячі в спілкуванні з іншими, відстоюють свою точку зору без запальності. Без неприємних переживань ідуть на зустріч із новими людьми. Але в той же час не люблять гучних компаній, екстравагантні витівки й багатослівність викликають у них роздратування. Досліджуваних з низькою комунікабельністю не виявлено.

Аналіз результатів дослідження самооцінки за методикою «Тест на виявлення рівня самооцінки» дозволяє затверджувати, що 60% респондентів незадоволені собою, їх мучать сумніви й незадоволеність власним інтелектом, здібностями, досягненнями, зовнішністю та ін., тобто мають занижену самооцінку. Слід зазначити, що всі респонденти з низькою самооцінкою належать до категорії Інтернет-залежних. 40% студентів живуть у злагоді із собою. Вони вміють знаходити вихід з важких ситуацій як особистого характеру, так і у взаєминах з людьми. Вони в цілому задоволені собою та задоволені іншими. Їм властива здорова самооцінка. Студентів з завищеною самооцінкою серед досліджуваних не виявлено.

Дослідження рівня тривожності здійснювалось за методикою «Шкала оцінки рівня реактивної й особистісної тривожності» (Ч.Спілберг, Ю.Ханін).

Встановлено, що 40% респондентів мають високий рівень реактивної тривожності, що характеризується напругою, занепокоєнням, нервозністю. Дуже висока реактивна тривожність може викликати порушення уваги, іноді навіть порушення тонкої координації. 27% мають помірну реактивну тривожність, оптимальний рівень «корисної тривоги». Він не заважає їхньому життю й допомагає в діяльності, забезпечуючи необхідний рівень занепокоєння за результати діяльності й мотивації праці. 33% досліджуваних у групі мають низьку реактивну тривожність. Вони не

переживають напруги, занепокоєння, нервозності в процесі діяльності.

Висока особистісна тривожність характерна для 67% досліджуваних, що проявляється у стійкій схильності сприймати більшість ситуацій як загрозливі, реагувати на них станом тривоги. Як відомо, особистісна тривожність прямо пов'язана з наявністю невротичного конфлікту, з емоційними й невротичними зривами. До кола осіб із високою особистісною тривожністю входять всі Інтернет-залежні респонденти. 27% досліджуваних мають помірну особистісну тривожність. Як і помірну реактивну тривожність, вона не створює проблем у їхньому житті. 7% респондентів мають низьку особистісну тривожність, яка пов'язана з заниженим почуттям відповідальності.

Отже, аналіз результатів дослідження дозволяє стверджувати, що Інтернет-залежним, переважно, властивий низький рівень самооцінки, високий рівень як реактивної, так і особистісної тривожності.

Для встановлення зв'язку залежності студентів від Інтернету з рівнем їх товариськості, самооцінки, реактивної та особистісної тривожності застосовувався коефіцієнт кореляції Пірсона.

На основі проведеного статистичного аналізу були встановлені як прямопропорційні, так і зворотньо-пропорційні залежності. Отже, нами була встановлена зворотньо-пропорційна залежність між Інтернет-залежністю і самооцінкою ($r=-0,81$; $p<0,01$). Це вказує на те, що чим виразніше проявляється Інтернет-залежність, тим нижча самооцінка особистості, більше вірогідність внутрішньо особистісних конфліктів. Зворотній же зв'язок із рівнем товариськості виявився незначущим, тобто Інтернет-залежність лише ситуативно може впливати на товариськість і певною мірою на комунікабельність молоді. У той же час статистично підтвердився прямопропорційний зв'язок між Інтернет-залежністю та особистісною тривожністю ($r=0,51$; $p<0,05$) та реактивною тривожністю ($r=0,63$; $p<0,01$), тобто залежні від Інтернету частіше проявляють занепокоєння, емоційну напругу в наслідок дії стресових факторів.

Нами також визначався рівень емпатійних тенденцій. Емпатійність, як прояв емоційного відгуку, в обох виділених нами групах – Інтернет-залежних та звичайних користувачів мережі Інтернет – переважно середнього рівня (відповідно 67% і 77%). Студентів з високим рівнем емпатії не виявлено.

Бесіди зі студентами на моральні теми та розв'язання ситуацій, які потребують морального вибору, показують часті відступи від прояву емпатійності в оцінці вчинків інших та у власній поведінці сучасної молоді. Так, частина студентів не здатна позитивно оцінити високу моральність вчинку людини, яка за рахунок власного життя врятувала іншого; деякі навіть засуджують втрату власного життя. Одно-стайно вони виправдовують жорстке побиття (само-суд) того, хто скоїв злочин, наприклад, ввійманого у троллейбусі крадія.

Особливо помітним стає вплив ЗМІ на становлення властивостей підростаючої особистості при вивченні ідеалів юнацтва. Молоді прагнуть бути схожими на свої ідеали, які змінюються із зміною часів. Ідеалами досліджуваних нами юнаків та дівчат, за рейтингом, є учасники шоу-бізнесу (співачи, музиканти, телеведучі), актори, постійні учасники світських заходів, бізнесмени, моделі, спортсмени. Рідше називають взірцем для себе батьків, політичних діячів, літературних героїв. Одиниці досліджуваних обрали за ідеал історичних діячів, вчених, письменників. Біля 10% респондентів не змогли дати відповідь щодо їх ідеалів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати дослідження проблеми Інтернет-залежності, як чинника, що впливає на психіку молодої людини та формування її особистості, вказують на доцільність попередження цього явища серед звичайних користувачів мережі та розробки відповідних рекомендацій.

Оскільки найчастіше «жертвами» комп'ютерної залежності стають діти та молодь, то саме батьки повинні приділяти їм увагу, контролюючи час, який вони проводять в мережі та прояви симптомів Інтернет-залежності: чи впливає час, проведений в мережі, на навчання і сон, чи є достатньо друзів в реальному світі, чи не замінює Інтернет реальне життя. Важливим є правило обмеження часу перебування дітей у мережі як задля збереження фізичного здоров'я, так і заради профілактики Інтернет-залежності. Чим менша

дитина за віком, тим обмеженішим повинен бути час її перебування в Інтернеті. Для молоді час користування Інтернетом також має бути дозованим.

Захоплення дітей та молоді музичними шоу, онлайн-іграми та спілкуванням у мережі потрібно замінити реальними аналогами.

Профілактика та подолання залежності підростаючої особистості від Інтернету, як одного із найбільш популярних засобів масової інформації, має бути спрямованою на вирішення наступних задач: розвиток комунікативних навичок; формування адекватної самооцінки; зниження рівня тривожності та агресивності; підвищення моральності особистості, зокрема, її емпатійності.

Все це свідчить також про необхідність психологічного захисту молоді, зокрема, від небажаної для її психічного здоров'я інформації, що чинить вплив через ЗМІ.

Засоби масової інформації, визначаючи свою ціннісно-нормативну ідеологію, основними пріоритетами мають обирати загальнолюдські цінності: соціальну справедливість, високу моральність, духовність та культуру тощо.

Сьогодні гостро постає питання про необхідність розвитку інформаційної екології, яка формує здоровий інформаційний спосіб життя людей у соціальному і природньому середовищі, що допомагає створити орієнтири для виховання особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурова В.В. Социально-психологические аспекты Интернет-зависимости. – М., 2001. – С. 32-43.

2. Войскунский А.Е. Феномен зависимости от Интернета // Гуманитарные исследования в Интернете. – М., 2000. – С. 64- 95.

REFERENCES

1. Burova, V.V. (2001). *Sotsialno-psikhologicheskiye aspekty Internet-zavisimosti [Social-psychological aspects of Internet addiction]*. (pp. 32-43). Moscow [in Russian].

2. Voiskunskiy, A.E. (2000). Fenomen zavisimosti ot Interneta [Phenomenon of the internet addiction].

3. Янг К. С. Диагноз – Интернет-зависимость// Мир интернета. – М., 2000. - т. 2. - С.14-18.

Gumanitarnyye issledovaniia v Internete - Humanitarian researches on the Internet. (pp. 64- 95). Moscow [in Russian].

3. Yang, K.S. (2000). Diagnost - Internet-zavisimost [Diagnosis - Internet addiction]. *Mir interneta – World of Internet*, 2. (pp. 14-18) [in Russian].

Л. Н. Король, С. Н. Максимец

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВЛИЯНИЯ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Рассматривается влияние средств массовой информации (СМИ) на психику и личность современной молодёжи. Определяются виды СМИ, которым даётся предпочтение. Определяется проблема Интернет-зависимости молодёжи, анализируются особенности психических состояний и развития отдельных черт личности зависимых и обычных пользователей сети Интернет. Очерчиваются пути предупреждения и профилактики отрицательно-го влияния СМИ на молодёжь.

Ключевые слова: средства массовой информации, Интернет-зависимость, личность, психические состояния.

L. N. Korol, S. N. Maksymets

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF MASS MEDIA INFLUENCE ON THE FORMATION OF CONTEMPORARY YOUTH'S PERSONALITY

The article deals with the mass media influence on the contemporary student's mind and formation of their personality traits. Defined rating of various media resources, programs and information that students prefer. The research of the problem of Internet addiction is presented. The anxiety, aggression, adaptability and frustration levels of the Internet-addicted and common web users are compared. The correlation between the level of students' Internet dependence and the development of their communication skills, self-esteem, reactive and trait anxiety is defined. The peculiarities of the youth's morality sphere, role models and empathy development are determined. The conclusions about the ambiguous influence of mass media on the personality's mental development and the consequent need to protect the mental health of the younger generation are made. The ways of preventing the negative impact of media on children and youth are outlined. The results of the research problem internet addiction as a factor that affects the psyche of a young man and the formation of identity, point to feasibility of preventing this phenomenon among regular users of the network and development of recommendations. Preventing and overcoming addiction of growing up personality on the Internet as one of the most popular media should be aimed at solving the following problems: the development of communication skills; formation of self-esteem; reduce anxiety and aggression; increasing moral identity and empathy in particular. Today, raises the question about the necessity of development an information ecology that forms healthy information lifestyle of people in the social and natural environment, helping to create guidelines for the education of personality.

Keywords: mass media, Internet addiction, personality, mental states.

Подано до редакції 14.04.2014