

УДК 159.923

Литовченко Ніна Федорівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та практичної психології Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

e-mail: nina.lytovchenko@gmail.com

Андрєєва Ярослава Федорівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

e-mail: yaroslava_an@ukr.net

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТВ-ЗАЛЕЖНОЇ ОСОБИСТОСТІ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Анотація

Стаття присвячена аналізу проблеми особистості в сучасному інформаційному світі. В теоретичному аналізі проблеми звертається увага на розгляд специфіки сучасного етапу психологічних досліджень масової комунікації (МК). Постмодернізм, а конкретно, соціальний конструктивізм, як теоретична основа сучасних досліджень масової комунікації, акцентує увагу на особливостях конструювання учасниками МК картини соціального світу. Розкривається поняття «мозаічно-резонансний ефект», як провідна характеристика повідомлень сучасних ЗМІ. Аналізується дискурс, інструмент аналізу конструювання людьми картини світу в процесі МК. Визначаються основні характеристики двох моделей МК: дискурсивної моделі Дж.Фіске і конструктивістської моделі У.Гемсона.

Результати емпіричного дослідження демонструють перспективність подальших розвідок у напрямі психологічного впливу засобів масової комунікації на особливості конструювання особистістю

картини світу, способів інтерпретації комунікативних сигналів. Показано, що ТВ-залежні особистості (схильні значну частину часу витратити на перегляд ТВ-контенту) характеризуються емоційною нестабільністю, неуважністю до співвіднесення та аналізу деталей поданої інформації, некритичним її сприйманням. ТВ-залежні особистості переважно неадекватно сприймають ТВ-інформацію, акцентують свою увагу на емоційно значимих фрагментах інформації, заново конструюють уявлення про подію, яка у кінцевому результаті являє собою, за визначенням А.А.Бодальова, інформацію нижніх рівнів змістово-сислової структури у вигляді ілюстрації чи загального фону телепередачі.

***Ключові слова:** масова комунікація, психологічний вплив, картина світу, залежна особистість, ТВ-залежна особистість.*

Литовченко Ніна Федорівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної та практичної психології Нежинського державного університету імені Григорія Сковороди

Андреева Ярослава Федорівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Черновицького національного університету імені Юрія Федьковича

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТВ-ЗАВИСИМОЙ ЛИЧНОСТИ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Аннотація

Стаття посвячена аналізу проблеми личности в современном информационном мире. В теоретическом анализе проблемы обращается внимание на рассмотрение специфики современного этапа психологических исследований массовой коммуникации (МК). Постмодернизм, а именно социальный конструктивизм, как теоретическая основа современных исследований массовой коммуникации, акцентирует внимание на

особенностях конструирования участниками МК картины социального мира. Раскрывается понятие «мозаично-резонансный эффект», как ведущая характеристика сообщений современных СМИ. Анализируется дискурс, инструмент анализа конструирования людьми картины мира в процессе МК. Определяются основные характеристики двух моделей МК: дискурсивной модели Дж.Фиске и конструкционистской модели У.Гемсона.

Результаты эмпирического исследования показывают перспективность дальнейших исследований в направлении характеристик психологического воздействия средств массовой коммуникации на особенности конструирования личностью картины мира, способов интерпретации коммуникативных сигналов. Показано, что ТВ-зависимые личности (склонны значительную часть времени тратить на просмотр ТВ-контента) характеризуются эмоциональной нестабильностью, невниманием к соотнесению и анализу деталей представленной информации, некритичным ее восприятием. ТВ-зависимые личности преимущественно неадекватно воспринимают ТВ-информацию, акцентируют свое внимание на эмоционально значимых фрагментах информации и заново конструируют представление о событии, которое в конечном итоге представляет собой, по определению А.А.Бодалева, информацию нижних уровней содержательно-смысловой структуры в виде иллюстрации или общего фона телепередачи.

Ключевые слова: массовая коммуникация, психологическое воздействие, картина мира, зависимая личность, ТВ-зависимая личность.

Lytovchenko N.F. PhD (Psychology), assistant professor of the chair of general and practical psychology, Nizhyn State University named after Mykola Gogol

Andriieva Y.F. PhD (Psychology), assistant professor of the chair of psychology, Chernivtsi National University named after Yuri Fedkovich

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF TV-DEPENDENT PERSONALITY. PROBLEM STATEMENT

Abstract

The article deals with the analysis of the personality in the modern informational world problem. The author based the theoretical analysis of this problem on the specifics of the current stage in psychological studies of mass communication. The author assumes that social constructivism, as a postmodernist approach and the theoretical basis of modern studies in mass communication, considers the way mass communication participants construct their idea of the world and its peculiarities. The concept of the “mosaic-resonance effect” is interpreted as the main feature of the nowadays mass media’s messages. The author analyzes the discourse as an instrument used to examine the construction of one’s idea of the world during mass communication. The main characteristics of the two models of mass communication: the discourse model by J.Fiske and the constructivist model by W.Gamson, are reviewed in detail.

The empirical study outcomes have shown the perspectives of further studies of the mass media's psychological influence on the peculiarities of the person’s way to construct the image of the world and one’s means of interpreting communicative signals to be prospective. Our empirical study demonstrated that subjects referred to as TV-dependent (those who tend to spend a lot of time watching the TV content) are characterized by non-stable emotions, less considerate in linking and analyzing the details of the given information, its’ non-critical perception. TV-dependent respondents mostly perceive the TV data non-adequately, paying attention to emotionally meaningful pieces of information, and tending to reconstruct their image of the event, so that it might be an illustration or

general background of the TV content piece, or the information of the lower levels of semantic structure in terms of A.A.Bodalyov.

Key words: *mass communication, psychological influence, picture of the world, dependent personality, TV-dependent personality.*

Постановка проблеми і актуальність дослідження. Динамічність, нестабільність, невизначеність – провідні характеристики сучасного світу. Зміни, що відбуваються сьогодні, кидають виклик всім соціальним наукам, які досліджують суспільство у різних його проявах. Психологічна наука, аналізуючи соціальні реалії, «реагує» на соціальні трансформації. Це рух, спрямований на пошук нових парадигм і методів дослідження нових проблем, актуальних для світової психології, здібних адекватно відобразити соціальні зміни. Теоретичні і прикладні дослідження особливостей сучасної комунікації, яка відбувається за допомогою нових інформаційних технологій, є однією із відповідей на практичні запити сучасного суспільства. 21 століття, століття інформації, коли загальним капіталом, засобами виробництва і ресурсами розвитку стає інформація [1, 5, 7, 8, 11]. Психологів, науковців і практиків, цікавить не технологічний, а саме «людський» аспект проблеми особистості інформаційного суспільства: можливості переконання і впливу, норми і правила такого спілкування, зміна особистісних диспозицій учасників комунікації, тобто суто «людська складова» нового світу масових комунікацій. Ст. Лем в відомому творі «Сума технологій» відмічав, що загальною проблемою майбутнього інформаційного століття стане не вирішення тих або інших технократичних завдань, а психологічна профілактика можливого аксіологічного колапсу, потенційне руйнування мотиваційного підґрунтя людської поведінки. Причиною даного колапсу, на думку письменника, може стати недооцінювання агресивності нового

інформаційного середовища по відношенню до людини, оскільки «вторгнення технологій в проблеми, пов'язані із особистістю, заповняють подальший прогрес. І тоді зникне маса моральних імперативів, які сьогодні є непорушними» [3, 55].

Психологічні знання, традиційно, активно використовуються ЗМІ (або мас-медіа). Вивчення специфічних особливостей аудиторії ЗМІ, ролі і впливу мас-медіа в житті суспільства і особистості розпочалися в минулому столітті і стали класичними на цей час. Але, на сьогоднішній день, ми констатуємо сплеск дослідницького інтересу до названої проблематики, що пов'язане із розвитком інформаційних технологій і збільшенням можливостей сучасних ЗМІ. Активно розвивається галузь теоретичних досліджень і практики - медіапсихологія, яка визначається дослідниками, яка наука про комунікацію і людську поведінку. Сучасні дослідження ЗМІ багатовекторні. Актуальними напрямками є дослідження специфічних особливостей аудиторії і забезпечення психологічної безпеки, яка пов'язана із глобалізацією, використанням маніпулятивних технологій, а також із проблемами медіа насилля (демонстрація і опис сцен насилля в ЗМІ).

Мета статті. Метою даного дослідження є попередній теоретико-практичний аналіз масової комунікації, сучасних засобів, за допомогою яких вона відбувається і вивчення специфічних особливостей її аудиторії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні вітчизняні і зарубіжні психологічні дослідження проблематики ЗМІ відбуваються в різних напрямках, найбільш поширеними є [1]:

1) дослідження специфічної поведінкової феноменології (інтернет-аддикції) і характеру впливу Інтернет-комунікації на споживача (М.В. Мірошников, Г.В. Мироненко, О.Д. Павличева);

2) вплив ЗМІ на процес соціалізації особистості і особистість (мотиваційна сфера, ідентифікаційні структури, ціннісні орієнтації (О.Т. Баришполец, Н.Н. Богомолова, Дж. Брайант, М.І. Жабський, В.А. Монастирський, В.В. Різун, Е. Томпсон, П.Д. Фролов, Р. Харріс);

3) проблеми медіаосвіти, медіакультури, візуальна медіакультура (Л.А.Найдьонова, Череповська Н.І., О.Т. Баришполец, Г.В. Мироненко, О.Є.Голубова, В.В.Різун).

Виклад основного матеріалу. Теоретичні дослідження масової комунікації (МК) пройшли шлях від необіхевіоризму через когнітивізм до соціального конструкціонізму. Теоретичною орієнтацією соціально-психологічних досліджень МК на сучасному етапі, як і в інших галузях соціального знання, є постмодернізм. Дослідники МК вважають, що панування постмодернізму наприкінці 20 ст.-поч.21ст. характеризується саме тим, що впровадження електронних ЗМК призвело до визначених зрушень в наданні і сприйманні інформації в мас-медіа, а саме, до підсилення ролі візуального ряду, а також до мозаїчно-резонансного ефекту. Сутність даного ефекту в тому, що інформація в мас-медіа набуває мозаїчного вигляду, тобто кожне повідомлення виступає мов би само по собі у вигляді відносно завершеного фрагменту, не зв'язаного причино-наслідковими зв'язками із іншим повідомленням. В результаті цього виникає резонанс, тобто взаємне підсилення окремих елементів цієї мозаїки в результаті їх зіткнення в свідомості аудиторії. Саме завдяки цьому картина світу в повідомленнях МК подібна до насиченого колажу різнорідних і різнорівневих подій, які швидко змінюють одна одну, мов би всі часи і весь простір «тут і зараз».

Дослідники МК, спираючись на основні постулати соціального конструкціонізму, аналізують проблему конструювання людьми своєї

картини соціального світу як в процесі міжособистісної комунікації людей, так і в процесі МК [1, 7, 8, 3, 5,]. Провідним інструментом аналізу цього процесу вважають дискурс. Автор дискурсивної моделі Дж. Фіске визначає дискурс «як мову, або систему репрезентації, яка формується в ході соціальних процесів і створює і підтримує узгоджений набір смислів відносно якогось важливого предмету». Дж. Фіске визначає множинність смислів, полісемію повідомлень ЗМК і вважає названу якість важливою характеристикою, оскільки саме завдяки цьому ЗМК є популярними в широких прошарках населення, межі розуміння повідомлень у яких є різними. В моделі Дж. Фіске смислоутворюючий текст розташований на перетині дискурсивного світу аудиторії і дискурсу, який втілює повідомлення МК. Глядач, читач вносить свій внесок в конструювання смислу тексту, використовуючи свій досвід.

Ще одним підходом до аналізу МК є конструктивістська модель У. Гемсона. На думку дослідника, повідомлення МК являється частиною процесу конструювання індивідуальних медіадискурсів індивідом, а суспільна думка, частина процесу формування, розвитку і кристалізації значення в публічному дискурсі, який належать авторам тексту і учасникам МК. Взаємодія цих рівнів формування значень і інтерпретація повідомлення МК призводить до соціального конструювання значень. Що стосується сили впливу ЗМК на аудиторію, то в конструкціоністському підході визнається, що ЗМК, конструюючи образи соціальної реальності, відтворюють могутній вплив, хоча визнається, що він не є універсальним, оскільки аудиторія є активною [1]. Бергер П., Лукман Т. та інші автори приходять до висновку, що функції МК можна звести до таких основних:

1. Функція соціального орієнтування і приймання участі у формуванні суспільної думки (індивід – суспільство).

2. Функція афіліації, соціальної ідентифікації (індивід – група).
3. Функція контакту із іншою людиною (індивід – інший індивід)
4. Функція самоствердження (самопізнання і самореалізації) [1].

Дослідники МК визначають, що в основі соціальних функцій ЗМІ знаходяться потреби суспільства; для виділення, класифікації і аналізу функцій ЗМІ важливо використовувати систему відносин індивіда і суспільства, індивіда і групи, індивіда і іншого індивіда, а також відносини до себе самого.

У. Ліпманн наголошує на тому, що ЗМІ прямо не формують образ зовнішнього світу, однак прагнуть створити в головах індивідів певні стереотипні “картинки” сприймання об’єктивної дійсності [8]. Процес сприймання та переробка інформації, що надходить із зовнішнього джерела, є специфічним для кожного окремого індивіда. Подальша смислова обробка інформації, трансльованої ТВ-джерелом, великою мірою конституїрована змістами суб’єктивної картини світу особистості. Активне осмислення, інтерпретація отриманої інформації передбачає її всебічний аналіз, розкриття її походження, причинно-наслідкових зв’язків, формування смислу отриманої інформації у процесі взаємодії з відображеним у цьому знанні об’єктом, постійне переакцентування смислів по мірі виявлення нових обставин і зв’язків. Зміст отриманої інформації, реципіюваний індивідуальною свідомістю, доповнюється, таким чином, особистим відношенням до нього суб’єкта, набуває певної значимості: інформація трансформуються, перетворюється завдяки адаптуючому та корегуючому механізмові потреб, установок, інтересів, оцінок, досвіду тощо конкретної особистості. Інформація, що передається за допомогою телеефіру, має на меті не лише інформування, але і нав’язування певного відношення до події, буде по-різному сприйнята аудиторією. ТВ-аудиторія, в залежності від міри

споживання ТВ-продукту (в крайньому вираженні надмірна міра споживання названа в спеціальній літературі як ТВ-адикція) може більш чи менш адекватно інтерпретувати потік інформації. Особливості інтерпретування визначені, як вже зазначалося, особливостями картини світу особистості. Також цілком вірогідно, що ТВ-залежні індивіди, як і у випадку будь якої залежності, мають певні особистісні особливості.

Для перевірки висунутої нульової гіпотези О.В.Миронов провів пілотажне емпіричне дослідження [6]. У дослідженні взяло участь 30 осіб дорослого віку (20 жінок, 10 чоловіків). Переважна більшість жіночої частини вибірки (17 осіб) є домогосподаркам і вагому частину свого часу приділяють домашнім справам. 8 чоловіків-досліджуваних не працюють і вагому частину свого часу приділяють також домогосподарству. Усі досліджувані мають середню спеціальну (7 осіб) або вищу освіту (23 особи). Простою логічною підставою для формування вибірки був факт неперервного функціонування ТВ-джерела протягом усього дня тривалий період життя учасників дослідження.

На першому етапі емпіричного дослідження для діагностики рівня ТВ-адикції використана методика Г.В. Лозової. За результатами її проведення вибірку було розділено на дві частини: досліджувані з наявним рівнем ТВ-залежності та контрольна група. Опитувальник Лозової Г. В. дозволяє діагностувати схильність особистості до певного виду залежності, а саме: алкогольна залежність, комп'ютерна та Інтернет залежність, любовна залежність, наркотична залежність, нікотинова залежність, харчова залежність, залежність від міжстатевих стосунків, трудового, телевізійна залежність, релігійна залежність, залежність від здорового способу життя, залежність від ліків. Методика Лозової Г. В. також дозволяє діагностувати загальну схильність до адикцій. По результатам методики виявилось у

вибірці 12 осіб, які мають високий показник схильності до телевізійної залежності, 10 осіб, які мають низький показник ТВ-адикції, склали контрольну групу.

Досліджуваним було запропоновано дати відповіді на питання 16-факторного особистісного опитувальника Р. Б. Кеттелла (Форма А). Даний опитувальник є однією з найбільш відомих багатофакторних методик, що створені в рамках об'єктивного експериментального підходу до дослідження особистості. Згідно з теорією особистісних рис Р. Кеттелла, особистість описується як така, що складається із стабільних, стійких, взаємопов'язаних елементів(якостей, рис), що визначають її внутрішню сутність та поведінку. Розбіжності в поведінці людей пояснюються розбіжностями у вираженості особистісних рис. Опитувальник 16 PF має високі показники валідності та надійності. Результати методики представлені в табл. 1 та 2.

Таблиця 1.

Показники факторів у досліджуваних з високим ступенем схильності до ТВ-залежності

Фактори	Числові показники факторів у досліджуваних											
А	8	8	6	6	6	3	2	8	9	4	7	2
В	6	7	3	9	2	9	6	7	6	9	7	5
С	5	3	3	2	2	5	7	6	6	4	3	4
Е	5	5	4	6	9	4	10	8	7	9	3	7
ґ	3	3	1	6	5	10	5	6	7	1	2	6
Г	2	4	8	3	3	1	2	4	3	8	1	2
Н	4	5	7	2	6	8	8	5	8	7	3	4
І	9	6	5	8	7	4	8	8	5	7	5	10
Л	5	2	2	6	5	7	8	2	9	6	5	7
М	6	6	4	9	8	2	10	6	6	3	3	6

N	5	5	7	7	7	5	6	4	5	5	5	5
O	5	5	9	5	8	8	8	5	4	10	6	6
Q1	8	7	4	7	7	6	6	5	8	6	6	3
Q2	6	8	9	6	7	6	6	7	6	7	7	7
Q3	4	1	8	3	4	2	3	3	5	5	3	6
Q4	8	7	7	6	6	4	6	7	5	7	8	6

Таблиця 2.

Показники факторів у досліджуваних з низьким ступенем схильності до телевізійної залежності

Фактори	Числові показники факторів у досліджуваних										
A	6	5	1	5	4	7	5	5	8	6	
B	9	5	9	4	10	7	5	3	3	7	
C	5	8	5	6	8	6	8	4	7	4	
E	8	4	7	5	3	5	5	3	6	2	
F	6	1	6	5	5	7	8	4	8	7	
G	4	4	2	6	7	4	1	4	4	4	
H	6	5	2	6	4	5	6	7	4	3	
I	5	7	5	3	10	4	3	8	6	5	
L	5	5	8	5	5	3	4	6	3	5	
M	9	9	8	6	10	6	7	6	8	7	
N	5	6	6	6	5	6	5	5	7	4	
O	5	5	10	6	6	6	6	6	7	6	
Q1	3	6	9	9	7	8	7	3	6	8	
Q2	3	9	9	2	6	7	4	3	6	9	
Q3	5	4	3	1	5	1	6	5	3	5	
Q4	6	6	9	4	6	7	7	4	8	8	

З огляду на представлені в таблицях дані, психологічні особливості ТВ-залежної особистості виявляються у схильності знаходитися під впливом почуттів і як наслідок цього - мати нестійкість поглядів та інтересів. Вони переважно товариські та контактні, а також довірливі до поданої інформації. ТВ-залежній частині вибірки властиві емоційна сензитивність та залежність від соціальної групи, що парадоксальним чином поєднується з самовпевненістю, агресивністю та впертістю в досягненні цілей, а також схильності до зневаги щодо авторитетів та влади. У дослідженні виявлено, що для ТВ-залежної частини вибірки характерна лабільна точка зору на певне питання, здатність відмовлятися від власної позиції, невпевненість у ствердженні власних поглядів. Водночас - низький поріг роздратованості, слабе відчуття порядку і неадекватне розуміння ролі лідера, а також часту стомлюваність через постійне перебування у напрузі. Отримані дані дають можливість передбачити достатньо високий рівень внутрішньої напруженості та внутрішньоособистісної конфліктності, що, звісно, потребує подальшої емпіричної перевірки.

Найбільш суттєві відмінності між частинами вибірки виявилися по фактору С, в емоційній нестабільності, тобто схильності досить інтенсивно переживати навіть незначні події, що здатні суттєвим чином змінювати позитивний емоційний фон життя на стан пригніченості, незадоволеності, роздратування. Фактор С в методиці Кеттела описаний як невпевненість, нетерплячість, дратівливість, схильність до стурбованості та розчарування, до відкладання рішення складних питань, тривожність. Перевірка значимості відмінностей між частинами вибірки за t-критерієм Стюдента показала статистичну значимість за фактором С $t_{\text{темп}} = 2,8 > 2,09$ – відмінність значима на рівні значимості від 0,05 до 0,01 (вірогідність похибки менше 5%).

Отже, статистично значимою психологічною особливістю ТВ-залежної особистості виявилась емоційна нестабільність: схильність до раптових перепадів настрою, загалом негативного емоційного фону, імпульсивного або неадекватного (наприклад, сміх) реагування в стресогенних ситуаціях, труднощі з емоційною саморегуляцією, характерним агресивним самозахистом, висока чутливість до негативних емоціогенних аспектів життєдіяльності, перебільшення значимості окремих аспектів життєвих ситуацій викликає душевні страждання і біль, що спричиняє агресивне реагування і, відповідно конфліктну взаємодію з навколишніми.

Описані психологічні особливості людей, які отримали високий показник по шкалі ТВ-залежність, виявляється в особливостях смислової обробки ТВ-інформації. Частина глядачів може сприймати інформацію адекватно, тобто аналізувати отримані дані і активно включати їх в свою картину світу, аналізувати позицію авторів з приводу певного питання та співвідносити її з власними уявленнями про події у світі. Інша частина телевізійної аудиторії (ТВ-залежні) скоріш за все може сприймати телеінформацію неадекватно, тобто “виривати” частини телеефіру, які здаються важливими, хоч насправді їх значимість у загальному об’ємі інформації може бути зовсім незначною, і на основі даних “уривків” формувати уявлення про подію в цілому. На думку Бодальова А.А., ці “вихвачені уривки” являють собою інформацію нижніх рівнів змістовно-смислової структури у вигляді ілюстрацій чи загального фону телепередачі. Нерідко дана інформація є бажаною (типу обіцянок підвищення заробітної плати, пенсійного забезпечення) або ж навпаки цієї інформації побоюються, однак дані побоювання викликають сильні емоційні переживання, а тому інформація добре запам’ятовується [6, 1995]. Звісно, ці попередні висновки потребують ґрунтовної емпіричної перевірки.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Як показують сучасні соціологічні та психологічні дослідження, рядові люди в різних суспільствах вважають само собою зрозумілими абсолютно різні "реальності" [1, 2,3, 5, 7, 9, 10]. А у своїй книзі, присвяченій адикціям, В.Котляров [6] зауважує, що ТВ-продукт здійснює замасковану інтервенцію у внутрішній світ особистості, володіє здатністю створювати імітаційну (захисну) реальність, яка є суб'єктивно зрозумілою, безпечною: люди з ТВ-адикціями характеризуються здатністю до утворення особливої патологічної форми внутрішньої реальності. На телебаченні використовується величезна кількість маніпулятивних технологій, і тривале споживання ТВ-продукту призводить до поступової атрофії власних цілей особистості та заповнення внутрішнього світу телеідеями, телеуявленнями, які згодом виявляються основним змістом індивідуальної картини світу ТВ-залежної особистості.

Суб'єктивна картина світу як цілісний інтерпретаційний комплекс, результат інтериоризації певної частини соціального та власного сформованого особистісного досвіду безпосередньо обумовлює конструювання своєрідного світобачення з досить стандартних життєвих обставин. Реальні, фактичні параметри життєвої ситуації часто невпізнанно змінюються у результаті проходження інформації про різні життєві ситуації через суб'єктивну сферу смислів. Суб'єктивна інтерпретація життєвої ситуації як процес, спрямований на віднайдення смислу ситуації та її переосмислення, спирається на сформовані у минулому інтерпретаційні схеми та засвоєні знання і конституюваний широким соціокультурним та конкретним діяльнісним контекстами взаємодії з життєвою ситуацією і регулюється смисловими утвореннями особистості. Слід особливо відмітити постійну взаємодію контекстів у процесі інтерпретації: у даному випадку – контекстів власне ситуації та індивідуального смислового контексту самого

суб'єкта. Таким чином, реальні життєві обставини, в які потрапив індивідуум, і суб'єктивний смисл цих обставин як результат інтерпретаційного процесу, суттєво відрізняються, а можуть і взагалі не мати нічого спільного: інтерпретаційний процес обумовлює метаморфози життєвої ситуації і перетворення її в кінці кінців у психологічну ситуацію, яка виступає єдністю зовнішніх умов та їх суб'єктивної інтерпретації. ТВ-продукт, крім релаксуючого впливу, здійснює також ефект, який В.Котляров назвав ефектом «розфокусування», що виявляється у слабкості мотивації до певних рішень чи дій у поєднанні з труднощами фокусування на цілі [6].

Результати проведеного емпіричного дослідження демонструють перспективність подальших розвідок у напрямі психологічного впливу засобів масової комунікації на особливості конструювання особистістю картини світу, способів інтерпретації різноманітної інформації, зокрема комунікативних сигналів. Виявлено, що ТВ-залежні особистості характеризуються емоційною нестабільністю, неуважністю до співвіднесення та аналізу деталей поданої інформації, некритичним її сприйманням. Можна передбачити, що ТВ-залежні особистості переважно неадекватно сприймають ТВ-інформацію, акцентують свою увагу на емоційно значимих фрагментах інформації, заново конструюють уявлення про подію, яка у кінцевому результаті являє собою, за визначенням А.А.Бодальова [2], інформацію нижніх рівнів змістово-сислової структури у вигляді ілюстрації чи загального фону телепередачі.

Список літератури

1. Бергер П., Лукман Т. Соціальне конструювання реальності. Трактат з соціології знання. URL: <https://uadoc.zavantag.com/text/17055/index-1.html>
2. Бодалев А. Личность и общение. Москва: Международная педагогическая академия, 1995. 328 с.

3. Бодрийяр Ж. Симуляция и симулякры. *Современная литературная теория: антология* / сост. И.В. Кабанова. Москва : Флинта; Наука, 2004.
4. Брювер Дж. Залежний розум. Київ: Віват, 2018. 288 с.
5. Демянюк О. Б. Образ світу як психологічна основа самореалізації молоді [Електронний ресурс] / О. Б. Демянюк // Психологія: реальність і перспективи. - 2015. - Вип. 4. - С. 74-78. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prp_2015_4_22
6. Котляров А.В. «Другие наркотики, или Homo Addictus». Москва: Изд-во Института Психотерапии, 2006. 321 с.
7. Ліщинська О. А. Психологічна концепція соціальної залежності [Електронний ресурс] / О. А. Ліщинська // Педагогічний процес: теорія і практика. - 2015. - Вип. 3-4. - С. 64-69. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pptp_2015_3-4_15
8. Липпман У. Общественное мнение /пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 254 с.
9. Леонтьев А.Н. Образ мира / А.Н. Леонтьев // Избр. психолог. произведения. – Москва: Педагогика, 1983. С. 251-261.
10. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности / Д.А. Леонтьев. Москва: Смысл, 2003. 487 с.
11. Миронов О.В. Психологічні особливості споживачів TV-контенту // репозитарій НДУ імені Миколи Гоголя. URL: <https://tinyurl.com/pr85au63>
12. Психология и лечение зависимого поведения/ Под ред. С. Даулинга. Пер. с англ. Р. Р. Мурзатина. Москва: Независимая фирма "Класс", 2000. 367 с.

References transliterated

1. Berher P., Lukman T. Sotsialne konstruiuvannia realnosti. Traktat z sotsiologii znannia. URL: <https://uadoc.zavantag.com/text/17055/index-1.html>
2. Bodalev A. Lychnost y obshchenye. Moskva: Mezhdunarodnaia pedahohycheskaia akademyia, 1995. 328 s.
3. Bodryiiar Zh. Symuliatsyia y symuliakry. Sovremennaia lyteraturnaia teoryia: antolohyia / sost. Y.V. Kabanova. Moskva : Flynta; Nauka, 2004.
4. Briuver Dzh. Zaleznyy rozum. Kyiv: Vivat, 2018. 288 s.
5. Demianiuk O. B. Obraz svitu yak psikhologichna osnova samorealizatsii molodi [Elektronnyi resurs] / O. B. Demianiuk // Psikhologhiia: realnist i perspektyvy. - 2015. - Vyp. 4. - S. 74-78. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prp_2015_4_22
6. Kotliarov A.V. «Druhye narkotyky, yly Homo Addictus». Moskva: Yzd-vo Ynstytuta Psikhoterapyi, 2006. 321 s.
7. Lishchynska O. A. Psikhologichna kontseptsiiia sotsialnoi zalezhnosti [Elektronnyi resurs] / O. A. Lishchynska // Pedahohichni protses: teoriia i praktyka. - 2015. - Vyp. 3-4. - S. 64-69. - Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pptp_2015_3-4_15
8. Lyppman U. Obshchestvennoe mnenye /per. s anhl. T. V. Barchunovoi; Redaktory perevoda K.A. Levynson, K.V. Petrenko. Moskva: Ynstytut Fonda «Obshchestvennoe mnenye», 2004. 254 s.
9. Leontev A.N. Obraz myra / A.N. Leontev // Yzbr. psikholog. proyzvedeniya. – Moskva: Pedahohyka, 1983. S. 251-261.
10. Leontev D.A. Psikhologhiia smysla: pryroda, stroenye y dynamyka smyslovoi realnosti / D.A. Leontev. Moskva: Smysl, 2003. 487 s.

11. Myronov O.V. Psykholohichni osoblyvosti spozhyvachiv TV-kontentu // repozytarii NDU imeni Mykoly Hoholia. URL: <https://tinyurl.com/pr85au63>
12. Psihologija i lechenie zavisimogo povedenija/ Pod red. S. Daulinga. Per. s angl. R. R. Murzatina. Moskva: Nezavisimaja firma "Klass", 2000. 367 s.