

## ПСИХОЛОГІЯ В ЕПОХУ «БЛАКИТНИХ ЕКРАНІВ»: ТЕРАПЕВТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУЧАСНИХ МЕДІЙ

***Анотація.** Схарактеризовано концепт медіареальності, акцентовано впливовий потенціал медіареальності. Виявлено причини пріоритетності й домінування медійного виміру людської реальності. Розкрито медіатерапевтичний потенціал медіареальності.*

***Ключові слова:** медіареальність, нові медіа, терапевтичний ресурс, медіатерапевтичний потенціал, інформаційно-цифрові інновації.*

***Abstract.** The concept of media reality is characterized, with an emphasis on its influential potential. The study identifies the reasons for the priority and dominance of the media dimension in human reality. It also reveals the media-therapeutic potential of media reality.*

***Keywords:** media reality, new media, therapeutic resource, media therapeutic potential, information and digital innovations.*

Реальність ХХІ століття з її стрімким, бурхливим, енергійним урізноманітненням інформаційно-цифрових нововведень і нарощенням технологічного потенціалу залучає людину до проживання принципово нового формату реальності – реальності матеріальної і реальності віртуальної. Так би мовити «подвоєна реальність» призводить до того, що людина та її взаємодії з навколишнім світом стають залежними від медійних технологій, медіа стають основним способом, через який людина сприймає і переживає свій досвід. Медіа ніби «подвоюють дійсність, створюючи іншу, символічну реальність, яка не просто відбиває «реальність живу», а багато в чому й підмінює, заміщає її» [4, с. 46]. Означені тенденції підкреслюють актуальність наукової розвідки.

Мета дослідження – обґрунтувати домінування медійного виміру людської реальності, схарактеризувати терапевтичний потенціал новітніх медій.

Концепт медіареальності як уособлення реальності, що відображається медіа при інтерпретації об'єктивної реальності, має відносно тривалу історію дослідження, перебуваючи побіжно у полі наукових зацікавлень теоретиків інформаційного суспільства. Так, П. Бурд'є визнавав телебачення інструментом відображення реальності, що поступово перетворюється на «інструмент створення реальності». Головним підґрунтям формування соціальних явищ та суспільства, а відповідно й соціальної реальності, М. Маклюєн називав засоби масової інформації, а медіареальність, серцевиною якої є засоби масової інформації, оцінював як реальність штучну, створену людиною. Н. Луман вбачав у медіареальності продукт, створений медіасистемою, що функціонує за логікою власної селекції та самовідтворення, а не як об'єктивний відбиток реального світу.

У контексті наукових розвідок вітчизняних дослідників, зберігається фокус уваги на опозореному впливовому потенціалі медіареальності. Джерелом формування медіареальності (як і медіапростору) виступають новини, телебачення, соціальні мережі, реклама, кіно та інші медіа. Медіареальність може відрізнитися від об'єктивної реальності, оскільки засоби масової комунікації вибирають, як саме подавати інформацію, які події висвітлювати, а які ігнорувати, що часто впливає на сприйняття світу аудиторією. Основним питанням у цьому ракурсі є розуміння ролі медіа як соціального інституту та здібності сучасних засобів інформації (традиційних і нових) виступити каталізатором соціальної еволюції, викликані цифровими технологіями та масштабованими трансформаціями реальності об'єктивної.

Тож медіареальність, що виникла спочатку як особливе інформаційно-комунікаційне середовище, як засіб передачі інформації від адресанта до адресата, сьогодні постає як відображення наявної соціальної реальності і, як наслідок, виступає джерелом реконструкції останньої. Фактично медіареальність поглинає реальний світ, підміняє його, але при цьому є відображенням дійсного життя людей, по суті, визначаючи себе через саму себе, стаючи «річчю у собі».

Тенденція на пріоритетність і домінування медійного виміру людської реальності дедалі більше поглиблюється й розширюється. На думку дослідників, сприятиме означеній тенденції експоненціальний розвиток інформаційно-цифрових інновацій, розширення палітри медіа, яка навіть на сьогоднішній еволюційній сходинці є доволі строкатою та різноманітною: соціальні мережі, блоги, інтернет сервіси, платформи, форуми, геолокаційні сервіси, пошукові системи, медіахостінги, інтернет видання, інтернет довідники та енциклопедії, фото-/відео-/аудіобанки, комп'ютерні ігри та онлайн розваги тощо.

Медіареальність стає значущою формою існування особистості через низку причин:

- посилення ролі нових медій в повсякденному житті сучасника (медіа стають не лише засобом передачі інформації, а й місцем, де відбувається більшість соціальних, культурних та професійних взаємодій);
- люди створюють ідентичність через профілі в соціальних мережах, а їхнє життя часто оцінюється через «медійні показники» (лайки, підписки, коментарі);
- інформаційна залежність (постійний потік інформації з медіа формує спосіб мислення, прийняття рішень і навіть визначає, що вважається істинним чи значущим);
- зміщення реальності (зміна фокусу сприйняття реальності, продукування «віртуальних образів» подій або людей, які оцінюються як найбільш важливі в порівнянні з реальними ситуаціями і подіями);
- самопрезентація як форма буття (люди все більше витрачають ресурси на створення ідеального образу в медіа, що стає частиною їхнього «я», поява нової форми соціального капіталу, де успіх визначається видимістю в медіапросторі);
- глобалізація медійної комунікації (це стимулює появу нових ідентичностей, які базуються не лише на національності чи культурі, а й на медійній приналежності – групи, меми, спільноти).

Дослідження, присвячені психологічним аспектам медійної реальності, перебувають на початковому етапі, висвітлюючи переважно її негативні прояви: соціально-психологічні чинники інтернет, особливості поведінки користувачів у «мережах», прояви кібер-адикцій та рекомендації щодо їх корекції. Поодинокими є наукові розвідки щодо медіатерапевтичного потенціалу медіареальності.

Так, розгляд перспектив, які медіатехнології пропонують психологам, практикам соціальної роботи, з одного боку, і клієнтам, з іншого, стало можливим, констатує Дженн М. Ліллі, після оприлюднення заклику ініціативи Grand Challenges for Social Work «використовувати технології для суспільного блага» [3, с. 2]. Це ініціювало використання терапевтичного ресурсу медіа для вирішення низки проблем психологічного гатунку. Автор доводить, що автовідеозйомка, виробництво музичних відео, мультимедійні біографії, індивідуальне цифрове оповідання, групове цифрове оповідання, спільний драматичний фільм / відео та спільний документальний фільм, пропонуючи оповідачам та глядачам розширений погляд на своє повсякденне життя та реалії, мають цілком конкретний терапевтичний ефект – зміни у сприйнятті, які призводять до підвищення самосвідомості та усвідомлення суспільства. Так, перегляд життя людини через камеру та / або подальший відеозапис забезпечує дистанцію, необхідну для того, щоб оповідачі могли поглянути на свій досвід з нової точки зору. У деяких випадках ця нова перспектива дала змогу оповідачам більш критично вивчити та зрозуміти проблеми та виклики, з якими вони

стикалися в минулому, та розпізнати системи влади та пригнічення, які на них впливали. Дженн М. Ліллі підсумовує, що терапевтичний ресурс медіа може бути ефективно використаний для підтримки вразливих груп населення у наданні сенсу життєвому досвіду, зціленню від травм і, зрештою, підвищенню психологічної стійкості [3, с. 27].

Активно впроваджують новий тип психологічної реабілітації – медіатерапію – для роботи з психотравмою, що відкриває для клієнтів нові можливості посттравматичного зростання й українські науковці. Суть медіатерапевтичного ефекту, зазначає Ю. Чаплинська, ґрунтується на вибудовуванні людиною «парасоціальних стосунків з персонажами різних форм медіапродукту» та ідентифікації себе з тим чи іншим медійним персонажем [1, с. 75]. Така форма ідентифікації «є тимчасовою, швидкоплинною, її інтенсивність під час програми може змінюватися» [1, с. 74]. Саме цей механізм покладено, зауважує авторка, в основу нового виду психологічної реабілітації.

Заслужують на увагу дослідження, проведені Брайаном О. Гір, Нахаль Салімі та Анджелою Аніма-Коранг щодо ролі соціальних мереж у процесі пошуку психологічної підтримки серед студентів. Отримані результати дають підстави стверджувати, що студенти коледжів, які відчують проблеми з психологічним здоров'ям, розглядають соціальні мережі, як інноваційний підхід до пошуку рішень щодо проблем та як джерело саморегуляції. Результати описової статистики показують, що лише 15% респондентів вважають соціальні медіа ймовірним джерелом для обміну своїми особистими проблемами з метою отримання поради чи настанови щодо вирішення проблем психологічного характеру. Для порівняння, 22,2 % респонденток використовують соціальні медіа як платформу для пошуку порад чи настанов щодо врівноваження власного психологічного стану. Загалом, приблизно 21 % вибірки [2, с. 27] охоче віддають перевагу неформальній підтримці, ніж професійній, розглядають мережі Facebook або Instagram як безпечне місце, що дає змогу вільно розкривати власні потреби та почуття, не турбуючись про викриття чи стигматизацію з боку інших. Респонденти оцінюють соціальні мережі як життєздатний неформальний спосіб пошуку допомоги, щоб захистити себе від потенційної суспільної стигми або негативного ставлення в реальному світі з боку інших. Автори підкреслюють, що однією з основних причин звернення до соціальних мереж є страх осуду та стигматизації в реальному житті, що особливо актуально серед студентів, які стикаються зі стресом через академічний тиск, міжособистісні стосунки та інші фактори. Важливим є також те, що соціальні мережі надають можливість отримати підтримку від однолітків, не вдаючись до офіційних каналів допомоги.

Підсумовуючи, зазначимо, що дослідження медіатерапевтичного потенціалу медіареальності стануть в нагоді при розробці програми

психологічної підтримки, тренінгів емоційної стійкості, навчання цифровій гігієні чи профілактичних заходів для зменшення негативного впливу медіа в умовах інтенсивного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чаплінська Ю. Використання медіапсихологічних засобів для подолання наслідків психотравматичних подій: авторська методика «посттравматичне зростання». *Проблеми політичної психології*. 2017. Вип. 5. С. 73–80. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr\\_2017\\_5\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pppr_2017_5_10)
2. Gere B., Salimi N, Anima-Korang A, Social Media Use as Self-Therapy or Alternative Mental Help-Seeking Behavior. *IAFOR Journal of Psychology & the Behavioral Sciences*. 2019. Vol. 5 (2). P. 21–36. URL: <http://dx.doi.org/10.22492/ijpbs.5.2.02>
3. Jenn M. Lilly. Media Production as Therapy: A Systematic Review. *Journal of Technology in Human Services*. 2019. 36(1). P. 1–33. URL: <https://doi.org/10.1080/15228835.2018.1539368>
4. Newman N. Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2018. The Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-01/RISJ%20Trends%20and%20Predictions%202018%20NN.pdf8>