

пов'язав їх з найсуттєвішою рисою (властивістю, перевагою) та з основним мотивом для покупки [7].

Отже, у наш час високих технологій, інформація стала чи не найдорожчою річчю. Люди платять гроші, щоб отримати інформацію, або ж навпаки – щоб надати її суспільству. Одним зі способів такого надання інформації є реклама. Причому реклама не у вузькому сенсі, як інформація про певний виріб, а у найширшому значенні цього поняття – як засіб інформування, переконання, впливу маніпуляції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Говорун В.В., Шурыгина О.В. Психология в рекламе. – М.: Академия, 1996. – 478 с.
2. Барта Р., Майерс Д., Аакер Д. Рекламный менеджмент. – М.: Кросна-Леке.
3. Асеев В. Г. О диалектике детерминации психического развития // Принцип развития в психологии. – М., 1978.
4. Айзенберг М.Н. Менеджмент рекламы. – М: АГРОХОЛДИНГ, 1993. – 402 с.
5. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М: Просвещение, 1974. – 348 с.
6. Берн Р. Развитие Я-концепции и воспитание. – М., 1986.
7. Барта Р., Майерс Д., Аакер Д. Рекламный менеджмент. – М.: Кросна-Леке.
8. Бове К, Арене В. Современная реклама. – М.: Академия, 1995. – 314 с.
9. Сэндидж Ч, Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама. Теория и практика. – М.: Прогресс, 1989. – 228 с.

ЭКОЛОГИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ДУХОВНОГО ЗДОРОВЬЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА

Дышкант Т. Н.

*Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков, Украина*

Понятие «экология» появилось сравнительно недавно, в 1866 году и обозначает буквально обиталище, жилище. В самом широком значении под ним понимают взаимодействие живых организмов между собой и с их средой обитания. Среда обитания человека включает много составляющих, одной из которых является информационная среда.

Вопрос о том, что составляет сущность понятия «информация» и по сей день остается дискуссионным. Но нельзя отрицать двух факторов, во-первых, того, что информация представляет одну из первооснов нашего мира, во-вторых, что в мире культуры, ее преобразующая сила всегда связана с новизной.

Современная информация подается зачастую так, чтобы поражать психику человека и смущать его разум. Поражение связано с воздействием на эмоциональную сферу воспринимающего субъекта через его воображение и может иметь двойкий характер. Оно может быть связано с внутренними изменениями благоприятного свойства. Таковым, например, является катарсис - «очищение через сострадание», как говорил Аристотель. И хотя оно не происходит на уровне осознания, а осуществляется на уровне бессознательных переживаний, тем не менее, положительный эффект обеспечивает глубина идеи того произведения искусства, с которым человек взаимодействует. Поэтому Гёте и утверждал, что катарсис приводит к восстановлению душевной гармонии с помощью искусства.

Сейчас больше приходится констатировать поражение негативного свойства, как травму сознания. Описывая информационный взрыв, делают акцент на количественном росте информации, что делает невозможным ее полноценное усвоение. Но проблема, помимо прочего заключается в том, что значительное количество информации и не заслуживает этого усвоения. Новизна этого информационного потока, будь то новости, транслируемые

СМИ, либо развлекательные программы, не связана с глубиной и содержательностью идеи. Использование всех механизмов привлечения внимания, притягивает к ней, оказывает суггестивный эффект и это не позволяет замечать, что новизна становится мнимой, будоражащей воображение лишь на короткий период времени и информация забывается через пару дней, вытесняемая еще более шокирующей сенсацией. Сенсация - это слово двусторонней направленности. Оно одновременно обозначает и сильное, ошеломляющее впечатление от какого-нибудь события, сообщения, и само событие, сообщение, производящее такое впечатление. А поскольку конкурирующие СМИ, телепрограммы борются за своего потребителя, его буквально «бомбардируют» со всех сторон «сенсационными» сообщениями. Что происходит с психикой, мышлением, при постоянном поддержании их в состоянии возбуждения? Получаем невротического человека, с отсутствующим критическим мышлением (темпы подачи информации не оставляют времени на то, чтобы ее обдумать) и такое же общество. То есть вместо очищения, «обновления» происходит перенасыщенность, «загрязнение» внутреннего мира человека. Являясь вредоносной для эмоциональной сферы, подобная информация / дезинформация не предоставляет также и пищу для ума воспринимающего ее человека.

Мнимая, но поражающая воображение новизна, связана, помимо прочего с усиливающейся спецификацией, лишаящей понятие «человек» статуса родового и перемещающая его к закреплению на видовом уровне. Как писал об этом М. Эпштейн: «Есть бедные и богатые, мужчины и женщины, «гомо» и «гетеро», черные и белые, люди с доходом выше и ниже, жители маленьких и больших городов... а «человек» - это просто вредоносный миф или глупенькая абстракция...» [1]. Поскольку же истинный смысл борьбы с метанарративами в том, что они сужают поле спроса, сейчас, когда торгуют всем, даже идеями, то это фрагментирование также стремятся обернуть в фактор получения дохода. Организаторы информации, желая увеличить свою аудиторию и тиражи, применяют «закон малинового варенья», описанный Вайнбергом следующим образом: «Чем шире намазываешь, тем тоньше получается слой». Необходимость учитывать, возможно, кардинально противоположные интересы различных групп людей, выхолащивают информацию, лишают ее глубины. Например, какую новизну может содержать пьеса «Гамлет», написанная в далеком 1623 году? Только при серьезном, вдумчивом подходе к ней каждый новый читатель, выявляет в ней истинную новизну, связанную с глубочайшими экзистенциальными вопросами долга, предательства, любви и смерти. В современной же развлекательной индустрии форма подачи, выстроенная максимально толерантно ко всем возможным группам людей, совершенно закрывает содержание. И Гамлет может здесь предстать, страдающим от непонимания персонажем с нетрадиционной сексуальной ориентацией, Офелия - афроамериканкой («Неладно что-то в датском королевстве»), а Лаэрт - представителем преступной группировки.

Подобное можем наблюдать и в пределах собственного информационного поля. Программы, наподобие «Самый умный» или «Книжная корзинка», вытесняются «душевым стриптизом» «Детектора лжи» или же эпатажными сюжетами программы «Следствие ведут экстрасенсы». А то, что приоритет в подаче новостей сместился с нейтральной объективности, сопряженной с уравновешенной эмоциональностью, на эмоциональное потрясение зрителя, говорить девиз одной служб новостей «ТСН вражае» («ТСН поражает»).

Мнимая новизна оборачивает «информационный взрыв» в «информационный вакуум». И первое, и второе состояние многими ощущаются достаточно болезненно. Обрести избавление от него возможно, размышляя над тем, что важно и что неважно, что наполняет жизнь, а что просто убивает время.

В общем, экологический подход к очищению информационного поля должен осуществляться как на индивидуальном уровне - воспитание в себе избирательного подхода к получению информации на основе таких ее критериев как ее содержательность, глубина, полезность, то есть того, что составляет истинную новизну, так и на уровне владельцев СМИ - выстраивание политики своих контентов на основе приоритета познавательности,

полезности, об'єктивності. Хотя тотальная устремленность к получению прибыли существенно затрудняет информационную фильтрацию на втором уровне.

Литература

1. Эпштейн М. Информационный взрыв и травма постмодерна // Электронный ресурс: [file:///C:/Windows/system32/config/SYSTEM~1/AppData/Local/Temp/Rar\\$DI00.857/%20Эпштейн%20Михаил.%20Информационный%20взрыв%20и%20травма%20постмодерна%20%20royallib.ru.fb2](file:///C:/Windows/system32/config/SYSTEM~1/AppData/Local/Temp/Rar$DI00.857/%20Эпштейн%20Михаил.%20Информационный%20взрыв%20и%20травма%20постмодерна%20%20royallib.ru.fb2).

ДУХОВНІ ПОТРЕБИ СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ У ГЕШТАЛЬТ–ВИМІРІ **Количева Т.В.**

Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків, Україна

Сучасне життя вносить чимало коректив у свідомість людини : прискорений ритм життя, вплив інформаційного суспільства, нові цінності – все це змінює свідомість людини у умовах сучасного розвитку. Такі зміни відбуваються поступово, але все одно ми можемо бачити їх перетворювальний вплив на людину у ракурсі різного рода потреб людини: матеріальних, пізнавальних, духовних тощо. Цікавим буде розгляд гештальт-підходу духовних потреб особистості у сучасних умовах. Гештальт-підхід, який раніше використовувався суто у психології, зараз стає загальнофілософським підходом, тому що він охоплює багато сфер людського життя. При цьому, антропологічне значення гештальту, який прагне досягти своєї прегнантноі форми, полягає у тому, щоб нові ракурси дослідження, нові кути зору брали участь у створенні гештальту, незважаючи на їх ірраціональні моменти.

Якщо проаналізувати будь-які потреби людської особистості, а перш за все, духовні потреби, то доцільно відштовхуватись від категорії переживання, яке так чи інакше супроводжує будь-яку потребу. І.А. Погодін, директор Інституту Гештальту, відмічає, що «переживання ми не можемо контролювати прямо – ми можемо лише віддатися йому» [1, с.205]. Слід відмітити, що сучасна особистість цікавиться власним переживанням як окремим явищем, що живе майже своїм життя, на відміну від того, що ще не кілька десятиліть ми могли бачити так звану «заборону на переживання», в результаті чого людина не могла розібратись у своїх істинних потребах, у тому числі і духовних.

Розглянемо ключові потреби людини. Особливе значення має потреба у самоідентичності, яка дозволяє людині діяти у зв'язку з подальшими її завданнями. Людина втілює свою самоідентичність як на раціональному, так і на ірраціональному рівнях.

Важливо розглянути самоідентичність людини , яка містить у собі гру. Так самоідентичність також розкривається в рамках гештальт-методології у метаантропологічній парадигмі. Особистість людини є своєрідним психічним Всесвітом. У психотерапії концепт «гра» використовується у техніці психодрами. Автор Я.Л. Морено виділяє певні психодраматичні ролі, які розповсюджуються на усі сфери життя, і виділяє соціальні, соматичні, психічні, та трансцендентні рольові категорії. Стосовно зв'язку гри з самоідентичністю людини можна виразити думку, що самоідентичність людини народжується з гри. Я. Л. Морено стверджує, що особистість функціонує в ролях, тому що саме в ролі втілюється сутність особистості на ірраціональному рівні. Це може доводити різний характер спілкування конкретної особистості з різними людьми. Людина вимушена перебудовувати свою ідентичність, робити її гнучкою, вміти «домовитись» з собою з метою збереження цієї поєднання різних її аспектів Сучасна людина розуміє самоідентичності.

Наступна духовна потреба – це потреба у самопізнанні та самоактуалізації. Ця потреба, яку зазначав ще А. Маслоу, набуває у сучасності специфічного трактування. Н. Хамітов у своїй книзі «Філософська антропологія. Актуальні проблеми» зазначає, що «динаміка поєднання буденного, граничного й метаграничного буття людини у напрямку до