

ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СПІЛЬНОЇ ТВОРЧОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАСОВО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Комунікація як акт спілкування – це насамперед когнітивний феномен, що формує нашу свідомість. Це вербальна і невербальна трансляція знань, що йде від одного джерела до іншого. Це шлях і процес повідомлення інформації від одного комунікатора іншому, особлива форма зв'язку, яка забезпечує спрямування суспільної уваги на основні проблеми, які потребують упровадження в колективну свідомість. Ця інформація в нашій свідомості перетворюється на світогляд, на основі якого ми створюємо інтерпретації нашого досвіду в цілому.

Відомо, що в потенції психіка людини має достатній ресурс для забезпечення будь-якого типу світогляду і будь-якої парадигми мислення. Для історичного психолога, інтерес викликають перш з все саме ментальні програми, які інсталювані в психіку на попередніх етапах розвитку суспільства і те, які саме парадигми мислення, стилі творчості і патерни поведінки були використані нею в конкретній психоісторичній ситуації.

На наш погляд, саме мистецтво є конкретним прикладом втілення існуючих в суспільстві ментальних програм, які набувають у суспільстві особливого значення і глибоко усвідомлюються конкретними індивідами - творцями.

Мистецтво як спілкування завжди існує й особливо яскраво виявляється на поворотних етапах культури. Будь воно візуальним, аудіальним, кінстетичним, драматичним або навіть буквальним, мистецтво, завдяки своєму нерепартованому, нонконформістському характерові, здатно досягати безмежної реальності майбутнього, ілюструючи ідеї та концепції й негайно впливати на свідомість. Як реальний приклад варто навести сприйняття роману Гете «Страждання юного Вертера» сучасниками поета.

Про свій твір Гете пише наступне: «Мені ця річ, більш ніж яка-небудь інша, дала можливість вирватися зі стихії, що розбушувалася, норомливо і грізно кидала мене то в один, то в інший бік. Я почував себе, точно після сповіді: радісним, вільним, людиною, що отримала право на нове життя». Для поета публічна сповідь виявилася саме цілющою. Гете знову крок за кроком відновлював, переживав і осмислював події, що вразили його глибоко і сильно, роблячи, таким чином, своєрідний катарсис. Але якщо розглядати даний добуток як специфічну форму міжособистісної комунікації, то перед нами виникає, об'єктивованій в історії, конкретний приклад того наскільки могутнім засобом не тільки естетичного виховання, але і морально-ідеологічного формування особистості, засобом ефективної агітації і пропаганди будь-яких ідеологічних позицій може стати мистецтво [1].

Так, для самого Гете «Вертер» був винятково корисним здобутком, тому що, поет, перетворивши дійсність у поезію, відтепер почував себе вільним і проясненим, але на його сучасників, соціально орієнтованих на невротичне сприйняття дійсності, він зробив прямо протилежне враження. Вони помилково вважали, що потрібно поезію перетворювати на дійсність, розіграти такий роман у житті і, у підсумку, застрелитися. Оскільки книга Гете, що називалася, була «вчасною», сучасники її сприйняли як «дидактичний матеріал». У замітках того часу читаємо: «Усі рішуче надають синій фрак і жовтий жилет, усі без кінця плачуть, і досить багато тих, хто кінчають із собою». Саме тому в багатьох німецьких містах і провінціях роман Гете був заборонений. Але даремно. Роман продовжували читати тайкома. З боку місцевої влади спробу заборонити „Вертера” навряд чи можна назвати вдалою. Це був, скоріше, жест розгубленості. Кращим виходом стало супроводження наступного разу видання „Вертера” передмовою Гете, в якій він вказував на те, що його героя не слід сприймати як зразок, в силу слабкості характеру останнього. Маленька передмова стала необхідним додатком, який зміг урівноважити негативний вплив твору.

Іншими словами, мистецтво як комунікація, як інструмент впливу на психіку може бути вжито як на благо, так і в зло. Цілком доречно згадати фразу Гете про те, що одна єдина думка, сказана до місця і вчасно формує погляд цілим поколінням людей. Саме «до місця, і вчасно». А якщо не до місця і не вчасно? Тоді ми спостерігаємо наступну ситуацію. У своїй дисертаційній роботі, аналізуючи історичну ситуацію в Німеччині 18 століття, нами вказано на специфічні особливості її комунікаційних відносин. З одного боку ми мали в спостереженні обмеження діяльнісного додатка сил з причин економічної відсталості і роздробленості Німеччини того періоду, а з іншого, - спостерігали видовище безперервного і швидкого розвитку думки, під впливом французької Просвіти, що замінив усі інші ознаки соціального життя. Ми спостерігали масове відчуття в середовищі бюргерської молоді: «з одного боку, майже усе дозволено, а з іншого боку – майже нічого неможливо досягти», що охоплює людину, коли традиційні встановлення суспільства – закон, релігія, родина, утворення - утрачають надійність, не гарантують життєвого успіху, девальвуються, ледве не до втрати змісту. Подібна ситуація неминуче спричиняє меланхолію і сплин, породжені невідповідністю між культурно – історичним часом особистості і культурно-історичним часом соціуму.

Роман Гете став по своїй суті публічною комунікацією, здатною з'єднати людей у колективному потрясінні завдяки тому, що якісь почуття, що смутно роються в душі кожного, раптом одержали загальне вираження, ясне і незаперечне як осяяння. У даному випадку мова йде про універсальний механізм творчого мислення, який можна позначити, як «Ага-переживання» (здогад, відкриття, прозріння, одкровення), тобто момент, коли несвідоме переходить поріг свідомості й у розумінні людини складається новий, більш адекватний образ реального явища і своєї істоти. А в масовій комунікації цей процес не тільки багаторазово підсилюється, але і здобуває діяльнісний характер. Так відомий французький соціальний психолог С.Московічі підкреслює, що формування нового, більш адекватного образу в ідеологічному просторі групи енергетично мобілізує поведінку, тому що перехід пізнавального плану в емоційний народжує почуття переконаності.

С.Московічі вказує і на те, що в періоди суспільного сум'яття соціальні комунікації стають супермасовими, що веде до гіперекфектів колективних «Ага-переживань», а поведінка здобуває ексцентричний характер. Що, по суті, було нами продемонстроване на прикладі «бурхливих геніїв» у Німеччині. Це звертання до психоісторичних обставин є тим більш доречним, що літературно-художні видання в Німеччині 18-го століття були ні чим іншим, як добре організованими засобами масової інформації. А роман Гете взагалі став настільною книгою. Крім того, на наш погляд є нерозумним зневажати досвід минулих поколінь, історія здатна повторюватись.

Як наочну ілюстрацію можна довести конкретний приклад з нашого часу. Так американські психологи – соціотерапевти Р. Ліфтон і Э. Ольсон, що вели реабілітацію ветеранів в'єтнамської війни, працювали з жертвами «масового вживання наркотиків», з адептами екзотичних сект і з активістами «молоді, що бунтує», на підставі великого клінічного матеріалу дійшли висновку про те, що психоемоційні зриви і те, що впливає за ними «психічне оніміння» - результатом тих же психоісторичних обставин.

«Людина створює культуру, змінюючи природні умови з метою підтримки свого духовного Я». Це висловлення належить австрійському психотерапевтові Отто Ранку (1880-1939). Як справедливо вказує Є.Є Проніна, на тлі панування позитивістських, марксистських, прагматичних поглядів, що підкреслювали примат матерії, воно виглядало смішним проявом «психологічного ідеалізму». Але прийшов час, і «суб'єктивістські категорії немов би матеріалізувалися в грубі-реальні феномени громадського життя і практичні проблеми звичайних людей [3].

Так, у другій половині ХХ століття нації довелось розробляти соціотерапевтичні технології і методики, щоб допомогти суспільству перебороти негативний вплив того, що в абстракції позначилося як «психоісторичний стан» і що тепер виразилося в масових депресіях, асоціальних рухах, самих несподіваних формах поведінки, що відхиляється, різкому росту суїциду і т.п. Повсюдно традиційні оцінки основних життєвих категорій (влада, благо, духовність, родина, любов, героїзм, прогрес наукове або технологічний і т.д.) так швидко змінюються, що цілі покоління не можуть з визначеністю покластися на ту або іншу систему цінностей у спробі зробити своє існування успішним і осмисленим. Сама здатність людини до ціннісного осмислення життєвого досвіду вже не витримує гонки зі швидкістю історичних змін. Підтвердженням тому є політична практика нашої країни від кризи влади через жовтогарячу революцію – до кризи влади і зміни уряду. Щоб вистояти в умовах перепадів, що переживає країна, суспільству як ніколи потрібні активність, ініціативність і заповігливість кожної людини. Але відкля їм узятися, якщо недовіру до влади, страх перед завтрашнім днем паралізують духовну енергію людей, ставлячи під загрозу не тільки успіх перетворень, проведених у країні, але і життя кожної родини.

Чим же в цей час стурбовані «масові засоби осмислення дійсності», що грають життєво важливу роль з погляду психологів? У фігуральному змісті ЗМІ можна розглядати, як граючі роль центральної нервової системи, що з'єднує всіх людей. Якщо спілкування є процесом передачі розуміння і знань, то масовий зміст нашої колективної свідомості в більшому або меншому ступені зазнає впливу від засобів інформації і тих, хто їх контролює. Засоби масової інформації національно суспільну увагу на основні проблеми, що хочуть впровадити в колективну свідомість. Підкреслюючи це, відомий російський психіатр В. Хаников писав: «Усенародне купання в помилках аж ніяк не виправляє положення. Зате в суспільстві, що знаходиться в стані депресії, не тільки політичної, економічної, але і психічної це викликає наслідок аж ніяк «непередбачений»... [6]. Одна частина людей впаде в ступор, махне на усіх рукою і буде в убогості і бездіяльності очікувати кінця. Інша частина дійде до депресивного раптусу (депресивного порушення) з перевагою розпачу і нецільспрямованої агресивної активності стосовно себе і навколишнього оточення... А тим часом грамотна, перелічена психологічно і соціологічно робота журналістів здатна наполовину перебороти успіх важкого процесу «новобудови».

„Вживання і збереження психологічного здоров'я суспільства у 21 столітті вимагає новаторства і гнучкості від засобів масової комунікації,» - пише в своїй книзі „Психологія журналістської творчості” Є. Проніна [3]. І з цим не можна не погодитись.

Засоби масової інформації мають гігантський потенціал культурної трансформації. У цьому контексті представляється надзвичайно важливим вимагати цілісності від тих, хто контролює засоби масової інформації. Якщо «нервова система» нашої культури впливає на те, як ми живемо у своїй колективній реальності, виходить, ми не повинні дозволити забруднювати її безглуздом сміттям, сенсаційними плітками, пропагандою і неправдою. Все, що є в масовій комунікації повинно розглядатися амбівалентно.

Незалежне мислення журналістів повинно безтрепетно висвітлювати аспекти антиномії – сутички поглядів, які взаємовиключають один одного, але є рівнообґрунтованими. Це необхідно для того, щоб максимально утруднити гладкість бездумного прийняття інформації і стимулювати сотворчість при сприйнятті повідомлення в масовій комунікації. Для масової комунікації це представляється необхідним.

На цій підставі можна стверджувати, що саме спільна творчість у процесі комунікації може бути надійним засобом психокорекції антиномічних станів свідомості в історичному процесі розвитку суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Белявский И.Г.* Лекции по исторической психологии. - Одеса, „Астропринт”, 2004.
2. *Мозов В.П.* Невербальная коммуникация: экспериментально-теоретические и прикладные аспекты. // Наука, Психологический журнал - 1993. №1. Том 14, С. 18-32.
3. *Пронина Е.Е.* Психология журналистского творчества. – М.: МГУ им. Ломоносова, 2003.
4. Проблемы медиапсихологии. / Сб. ст. - М.: „РИП-холдинг”, 2002.
5. Психология экстремальных ситуаций / соc. Тарас А.Е., Сельченко К.В. – Минск: Харвест, 2000.
6. Стили мышления и поведения в истории мировой культуры. / Сб. ст. - М., 1990.
7. *Харрис Р.* Психология массовых коммуникаций. Спб. - М., 2003.
8. *Lifton R., Olson E.* Living and dying. N.Y., 1974
9. *Moscovici S.* The phenomenon of social representation /Ed. By R.M. Farr, S. Moscovici. Cambridge, 1964.

Подано до редакції в 2006 році

РЕЗЮМЕ

Стаття присвячено психологічним проблемам спільної творчості суб'єктів у комунікаційному процесі і психологічним особливостям надання інформації в епохи змін. У ній також аналізується мистецтво як частковий випадок масової комунікації і як інструмент впливу на психіку суб'єктів комунікаційного процесу. Також наголошується на впливі психоісторичних обставин на сприйняття інформації. Порушуються проблеми безпеки інформаційного середовища та подаються оптимальні способи й умови трансляції повідомлень.

РЕЗЮМЕ

Статья посвящена психологическим проблемам сотворчества в коммуникационном процессе и психологическим особенностям подачи информации в эпохи перемен. В ней так же анализируется искусство как частный случай массовой коммуникации и как инструмент воздействия на психику. Рассматривается влияние психоисторических обстоятельств на процесс восприятия информации. Поднимаются проблемы безопасности информационной среды и рассматриваются оптимальные способы и условия трансляции сообщений.

SUMMARY

The article is dedicated to some issues on perfecting the process of communication. It considers art to be a particular case of mass communication and a tool of influence on mentality. The article also examines influence of psychical and historical circumstances on perception of information. It raises issues on safety of informational medium and gives some optimal methods and conditions of message transmission.

Ключові слова: комунікація, комунікатори, вербальна та невербальна міжособистісна комунікація, психоісторичні обставини, культурно-історичний час особистості і соціуму, депресивний раптус, антиномічні стани, амбівалентність інформації, „АГА- переживання”, со-творчість.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникаторы, вербальная и невербальная межличностная коммуникация, психоисторические обстоятельства, культурно-историческое время личности и социума, депрессивный раптус, антиномические состояния, амбивалентность информации, „АГА-переживание”, со-творчество.

Keywords: communications, verbal and nonverbal interpersonal communication, psycho-historical circumstances, cultural-historical time of person and society, depressive conditions, ambivalence of information, „АНА - experience”, co-creativity.
