

УДК 378:159.923.373 [13:159.923.2:140.8](=161.2)(091)
DOI: 10.24144/2524-0609.2021.48.381-383

Смук Оксана Тарасівна

кандидат психологічних наук, доцент
кафедра психології

ДВНЗ «Ужгородський національний університет», Ужгород, Україна

oksana.smuk@uzhnu.edu.ua

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-6540-467X>

ФЕНОМЕН ІНТЕРНЕТ-АДИКЦІЇ ЯК ГОЛОВНА ДЕТЕРМІНАНТА ПАТОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ У ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Анотація. В наш час відбувається швидкий розвиток адиктивної поведінки в усьому світі, яка зумовлена ускладненням соціального середовища. Традиційні види адиктивної поведінки починають конкурувати з новими – ігрова та комп’ютерна залежність. Простежується чітка залежність: збільшення загального поширення адикцій у періоди соціальних потрясінь, перехідні, кризові періоди історії. Серед причин, що зумовили розвиток адиктивних форм поведінки у нашій країні, безумовно, самими вагомими є наступні: соціально-економічна криза, ціннісно-ідеологічна, розшарування в суспільстві; експансія західної культури та пропаганда західного стилю життя; нормативно-правова криза, активне застосування новітніх комунікаційних технологій. Зміни соціальної взаємодії, що виникли внаслідок впливу Інтернет-користування, є латентними дисфункціями. Поряд із позитивними функціональними особливостями які має Інтернет, він впливає і на формування Інтернет-залежної поведінки. Мета статті: з’ясувати наслідки глобалізаційних процесів які за допомогою інтернет мереж спровокували культурну кризу, деформуючи світоглядну систему та ціннісні орієнтації населення та зумовили появу нових форм адиктивної поведінки. Застосовані методи дослідження: використано прийом абстрагування.

Ключові слова: адиктивна поведінка; консюмеризм; глобалізація; інтернет-залежність.

Вступ Сучасний світ опинився у своєрідній точці «біфуркації», «перехідний вік», епоха невизначеності тощо. Глобалізація, з одного боку, уніфікує соціальний простір, а з другого – веде до чіткої стратифікації світової спільноти. Глобалізація у її сьогоднішній, західній формі призводить до утвердження масової знеособленої «культури», позбавленої духовно-моральних орієнтирів які опираються на єдиний ринковий критерій прибутку. Глобальна культурна криза, пов’язана з поширенням примітивних стандартів консюмеризму, які деформують світоглядну систему та ціннісні орієнтації населення. Консюмеризм призводить до дегуманізації людини та суспільства загалом. Наслідком і однією з найбільших небезпек для людини, включеної до системи глобального ринку, є криза ідентичності, втрата національних культурних традицій. Відсутність у особистості цих чинників призводить до її маргіналізації, дозволяє маніпулювати нею, створюючи у житті людини ілюзію повної самореалізації. Для маргінальної особистості характерними стають такі поведінкові прояви, як нехтування усталеними нормами, замкнутість, тривожність, депресивні стани, девіантна, адиктивна поведінка. Такі соціальні фактори провокують внутрішньо-особистісні конфлікти, викликають в індивіда глибинну тривогу, яка зумовлена відчуттям безпомічності перед лицем ворожого світу. Окрім того, в цих кризових ситуаціях фігурує: «проблематика безглуздості власного життя ..., а також сумніви щодо всієї попередньої системи цінностей» [1]. ЗМІ активно маніпулює свідомістю нав’язуючи норми, цінності та стереотипи суспільства споживача, культ сили та жорстокості. Все менше сфер життя підпорядковується стабільним нормам поведінки. Соціальна напруга в суспільстві створює умови для інтенсивного виникнення психічних розладів та девіантних форм поведінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливою умовою нової культурної ієрархії для молоді, на думку Дж.Сібрука [2], стає «потрапляння в мейнстрім – вміння адаптувати будь який субкультурний

контент до тієї чи іншої демографічної або «психологічної» ринкової ніші. Індивідуальність в рамках споживчої культури витіснена на периферію, а головним напрямом розвитку споживчої культури для молоді стає включення в мейнстрім. Важливий внесок у дослідження цієї проблематики, особливо у контексті визначення взаємообумовленості суспільних цінностей та процесів модернізації та постмодернізації в різних частинах світу, зробив відомий американський дослідник Р.Інглгарт [3], який спільно зі своїми однодумцями розгорнув широкомасштабні дослідження в рамках міжнародної мережі «Світовий/Європейський огляд цінностей». Гедоністичну спрямованість споживчої культури багато авторів визначають як патологію і навіть вводять термін «патологічна культура» – стала породженням суспільства, що переживає аномію або соціальну патологію. Дж.Рітцер [4], всебічно охарактеризував феномен стандартизації («макдональдизації») свідомості в умовах глобалізації. Проте, сам термін «Інтернет-залежність» запропонував психолог А.Голдберг [5] у 1995 р. для опису патологічного потягу до використання Інтернет. Діагностичні критерії розладу в цілому відповідають критеріям DSM-IV для нехімічних залежностей: використання комп’ютера викликає дистрес; використання комп’ютера заподіює шкоду фізичному, психологічному, міжособистісному, сімейному, економічному чи соціальному статусу. Дослідник звертає увагу на Інтернет-адикцію як таку, що має глибокий вплив на побуту, навчальну, соціальну, професійну, сімейну, фінансову чи психологічну сфери діяльності. Голдберг схильний використовувати термін «патологічне використання комп’ютера» (PCU – pathological computer use).

Мета статті: з’ясувати наслідки глобалізаційних процесів які за допомогою інтернет мереж спровокували культурну кризу, деформуючи світоглядну систему та ціннісні орієнтації населення та зумовили появу нових форм адиктивної поведінки. Застосовані методи дослідження: використано прийом абстрагування адже реальним процесам дійсності притаманні

різноманітні властивості, охопити які в цілому практично неможливо. Абстрагування існує в органічній єдності з методом узагальнення, теоретико-проблемним методом та системно-структурним аналізом.

Виклад основного матеріалу. Основною умовою створення і поширення субкультурного контенту у трансформаційних суспільствах є інформаційне середовище – Інтернет. Спрямованість розвитку споживачької культури, так само як і межі мейнстріму, визначають ринкові структури, що формують і контролюють цей процес через створення мережі організацій, які адаптують субкультурний контент і активно використовується рекламодавцями, враховуючи сформовані споживчі захоплення представників молоді. Патологічна культура націлена на те, щоб позбавити людину від тиску усталених норм і цінностей, релігійної та світської моралі. Патологічна культура виникла як результат відмови людини від постійного напруження сил, спрямованих на самовдосконалення і вдосконалення дійсності.

Засвоєння споживчих практик адиктивної поведінки молоді відбувається в результаті споживчої соціалізації, метою якої є формування у неї установок на комфортне існування. Агентами соціалізації виступають засоби масової інформації й електронні «мас-медіа», які за допомогою реклами формують у молоді нові потреби і мотиви, переконують у необхідності їх задоволення. Під їх впливом формуються життєві поведінкові стратегії, що включають короткострокові життєві плани, які орієнтовані на отримання адиктивного задоволення або адаптації до нових умов в результаті відмови від реальності.

Термін «адиктивна поведінка» (addictive behavior) у дослідженнях вітчизняних учених переважно застосовувався у значенні зловживання різними хімічними психоактивними речовинами, які призводять до зміни психічного стану до того моменту, як від них сформувалася залежність. Однак, із часом з'явилися ширші трактування поняття адиктивної поведінки, як повторюваної звички, що підвищує ризик захворювання і пов'язана з особистими та соціальними проблемами [6].

Виділяють дві групи категорій адикції: субстанціональні (алкоголізм, наркоманія, тютюнопаління, харчові) і процесуальні (накопичення грошей, гемблінг, секс, робота, Інтернет, релігія) [7]. Проблема адикції розпочинається тоді, коли прагнення відходу від реальності, пов'язане зі зміною свідомості, домінує у особистості і стає центральною ідеєю. Адиктивна поведінка молоді дедалі гостріше постає як соціальна проблема і з'ясування біологічних, соціальних і психологічних причин виникнення адикції є важливою умовою формування стійкості особистості та забезпечення її психологічного благополуччя.

Варто відзначити, що на даний час досить добре вивчені довгострокові наслідки залежності від алкоголю або наркотиків, а от стосовно залежності від Інтернет, то ця проблематика практично не розроблена. На Інтернет-залежність не поширюються закономірності формування залежностей, виведені на підставі спостережень за курцями, наркоманами, алкоголіками чи патологічними гравцями: якщо для формування традиційних видів залежностей вимагаються роки, то для Інтернет-залежності цей термін різко скорочується – 25% опитаних К.Янг адиктив стали залежними протягом півроку після початку роботи в Інтернет, 58% – протягом другого півріччя, а 17% – через рік [8].

Серед досліджень, присвячених аналізу характеристик Інтернет-середовища в якості чинників Інтернет-залежності, виділяють роботи А.Мінакова, В.Бурової, К.Янг. А.Мінаков [9] розглядає Інтернет як новий шар реальності, що характеризується набагато меншою жорсткістю бар'єрів і обмежень та допускає набагато більший ступінь свободи. Також його особливістю є міфологічність – користувач має надприродні можливості, на відміну від реального життя. Ці властивості віртуального середовища сприяють значній регресії користувачів, в чому криється секрет його надзвичайної привабливості. В.Бурова [10] розглядає Інтернет-залежність як засіб відходу від реальності, виділяючи в якості її чинників: можливість анонімних соціальних інтеракцій (тут особливе значення має почуття безпеки при здійсненні інтеракцій, включаючи використання електронної пошти, чатів, ICQ і т.п.); можливість реалізації фантазій зі зворотним зв'язком (у тому числі можливість створювати нові образи «Я»; реалізація фантазій, що неможливо здійснити звичайному світі, наприклад, кіберсекс, рольові ігри в чатах і т.п.); надзвичайно велика можливість пошуку нового співрозмовника, що відповідає практично будь-яким критеріям (тут важливо відзначити, що немає необхідності утримувати увагу одного співрозмовника – тому що в будь-який момент можна знайти нового); необмежений доступ до інформації («інформаційний вампіризм») (займає останнє місце в списку, так як небезпека стати залежним від Інтернет підстерігає тих, для кого комп'ютерні мережі виявляються, ледве чи не а іноді і єдиним засобом спілкування).

Вид психологічної залежності від віртуального інформаційного середовища, отримав назву – Інтернет-залежність («Internet Addiction Disorder» – Д.Гринфільд).

Висновки та перспективи подальших досліджень Віртуальна адикція, пов'язана передусім, із загальною соціальною напруженістю, психологічною неврівноваженістю всього суспільства, кризою соціальної системи, що зростає. Зміни соціальної взаємодії, що виникли унаслідок впливу Інтернет-користування, є латентними дисфункціями. Проблема і у тому, що поряд із позитивними функціональними особливостями які надає Інтернет, він стає основою формування негативних соціально-психологічних наслідків – Інтернет-залежної поведінки. Є неzapеречним фактом, що сучасне суспільство консюмеризму, на місце культурних цінностей, поставило стандарти маскультури, яка ґрунтується на примітивних гедоністичних інстинктах які пропагуються засобами масової комунікації і поширюються через інтернет мережу. Створення глобального інформаційного простору та комунікативної мережі, яка є «становим хребтом сучасної цивілізації» порадила феномен ілюзорного світу де уявний і реальний світ зливаються. Відбувається навіюванням ментальної установки про необхідність насолоджуватися життям. Патологічна культура стає умовою формування адиктивної поведінки як відповідь на конфлікт між людиною та соціумом, тому пересічна людина перестає бути собою, її існування зведене до соціального функціонування. Подальші наукові пошуки повинні бути направлені на дослідження проблеми яка пов'язана із здатністю сучасної людини зберегти незалежність внутрішнього світу зі своїми цінностями, тобто свою культурну ідентичність під тиском маскультури, гедонічний аспект якої активно поширюється інтернет мережею.

Список використаної літератури

1. Удовик С. Л. *Глобализация: семиотические подходы*. К.: Ваклер, 2002. 480 с.
2. Сибрук Дж. *Культура маркетинга*. URL: <http://artguide.com/posts/177-dzhon-sibruk-nobrow-r-kul-tura-marketingha-markietingh-kul-tury-m-ad-marginem-2012-202> (дата звернення: 19.10.2020)
3. Ritzer G. *Mcdonaldization. The Reader*. 3d ed. London: Pine Forge Press, 2007. 320 p.
4. Inglehart R. *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in Societies*. Princeton: Princeton University Press, 1997. 464 p.
5. Goldberg I. *Internet Addictive Disorder*. URL: <http://www.psychom.net/iadcriteria.html> (дата звернення: 19.10.2020)
6. Гоголева А.В. *Аддиктивное поведение и его профилактика*. Москва: Моск. психол.-соц. ин-т; Воронеж: Изд-во НПО «Модек», 2003. 240 с.
7. Войскунский А.Е. Интернет – новая область исследований в психологической науке. *Ученые записки кафедры общей психологии МГУ*. Вып. 1. 2002. С.82–101.
8. Young K.S. *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment*. URL: <http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.htm> (дата звернення: 19.10.2020)
9. Минаков А.В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности. URL: <http://www.vspu.ac.ru/vip/index.html> (дата звернення: 19.10.2020)
10. Бурова В.А. Социально-психологические аспекты Интернет-зависимости. URL: <http://user.lvs.ru/vita> (дата звернення: 20.10.2020)

References

1. Udovik, S.L. (2002). *Hlobalyzatsiya: semyotycheskiye podkhody* [Globalization: semiotic approaches]. Vakler. [in Russian].
2. Sybruk Dzh. *Kultura marketynha* [The culture of marketing]. <http://artguide.com/posts/177-dzhon-sibruk-nobrow-r-kul-tura-markietingh-kul-tury-m-ad-marginem-2012-202>.
3. Ritzer, G. (2007). *Mcdonaldization. The Reader*. Pine Forge Press.
4. Inglehart, R. (1997). *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in Societies*. Princeton University Press.
5. Goldberg, I. *Internet Addictive Disorder* <http://www.psychom.net/iadcriteria.html>
6. Gogoleva, A.V. (2003). *Addiktivnoe povedenie i ego profilaktika* [Addictive behavior and its prevention]. Modek. [in Russian].
7. Voiskunskiy, A.E. (2002). Internet – novaya oblast' issledovaniy v psikhologicheskoy nauke [The Internet is a new area of research in psychological science]. *Uchenyye zapiski kafedry obshchey psikhologii MGU, 1*, 82–101. [in Russian].
8. Young, K.S. *Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment* <http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.htm>.
9. Mynakov, A.V. *Nekotoryye psikhologicheskkiye svoystva i osobennosti Internet kak novogo sloya real'nosti* [Some psychological properties and features of the Internet as a new layer of reality]. <http://www.vspu.ac.ru/vip/index.html>.
10. Burova, V.A. *Sotsialno-psykhologicheskkiye aspekty Internet-zavisimosti* [Socio-psychological aspects of Internet addiction]. <http://user.lvs.ru/vita>.

Стаття надійшла до редакції 10.04.2021 р.

Стаття прийнята до друку 15.04.2021 р.

Smuk Oksana

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor

Department of Psychology, Uzhhorod National University, Uzhhorod, Ukraine

THE PHENOMENON OF INTERNET ADDICTION AS THE MAIN DETERMINANT OF PATHOLOGICAL CULTURE IN THE GLOBALIZATION ENVIRONMENT

Abstract. The purpose of the article: to find out the consequences of globalization processes that provoked a cultural crisis with the help of Internet networks, distorting the worldview and value orientations of the population. Applied research methods: the method of abstraction is used. Abstraction exists in organic unity with the method of generalization, theoretical-problem method and system-structural analysis. Such behavioural manifestations as neglect of established norms, isolation, anxiety, depressive states, deviant and addictive behaviour are characteristic of a marginal personality. These social factors provoke intra-personal conflicts and deep anxiety caused by the feeling of helplessness in the face of the hostile surrounding world. Besides, these crises encompass «the problem of the absurdity of one's life, as well as doubts about the entire previous value system». Nowadays, there is a rapid development of addictive behaviour around the world, as evidenced by the constant increase in national and international research on this phenomenon. There emerge new types of addictive behaviour caused by the complexity of the social environment (the emergence of consumer culture and the technical development of communication links), namely, informatization and consumerism. New types of addictive behaviour are beginning to compete with new types, such as gaming and computer addiction. Researchers around the world are sounding the alarm about the deepening problem of Internet addiction among young people since the main danger is that a pathological addiction to the Internet can lead to serious consequences and depression. Concerning new types of addictive behaviour, traditional forms and means of social control have become helpless and ineffective.

Key words: addictive behavior; consumers; globalization; internet addiction.