

Телефон вместо любимого

Мы и оглянуться не успели, как сотовый телефон преодолел путь от простого средства коммуникации до способа самовыражения, став спасательным кругом в мире информационных стихий и лучшим другом, расставание с которым угрожает ощущением безысходности.

Соединяя в себе средство коммуникации, информационное окно и кладезь мультимедийных возможностей, телефон сделал нас зависимыми от его функций, все больше вытесняя живое общение. Психологи называют это явление «мобиломанией», и, судя по всему, не за горами тот день, когда от нее тоже будут лечить.

Пристрастие к пользованию мобильным телефоном стало настолько естественным, что мы не замечаем опасности. Опросив около тысячи жителей Канады, исследователи выяснили, что 52% респондентов не могут прожить без телефона ни дня, а 40% лучше бы провели неделю без близких, чем без телефона. Самая выраженная привязанность наблюдалась у людей в возрасте от 18 до 34 лет. Например, 40% женщин этого возраста держат свой мобильный телефон в руке чаще, чем руку любимого. А у мужчин и вовсе этот показатель достигает 53%.

Ощущение, возникающее в моменты, когда мы забываем, куда положили свой мобильник, скоро будет ассоциироваться с горьким чувством одиночества от разлуки с близким человеком, так считают специалисты из Канзасского университета. По их мнению, мобильная зависимость

в большей степени обусловлена не богатыми функциональными возможностями, а тем удовольствием, которое мы получаем от владения телефоном.

С развитием технологий и появлением мощных смартфонов, для многих владельцев развлекательный фактор телефона стал источником радости, привлекательный вид — поводом для гордости, а технические характеристики — способом повышения самооценки. Но и это еще не все. Учитывая жесткий график жизни в больших городах и большой объем информации, сложное чувство зависимости может усиливаться фобией «пропустить нечто важное».

Привязанность к мобильному телефону сегодня формируется с детской скамьи. Аналитики из Великобритании выяснили, что 82% детей в возрасте от 12 до 15 лет и 49% детей в возрасте от 8 до 11 лет уже являются счастливыми обладателями телефонов. В течение недели они успевают сделать около 8 звонков и отправить 25 смс, которые являются основной формой общения для подростков. Подсчитано, что около 26% подростков отправляют сообщения в первые 10 минут после пробуждения.



Если вы часто держите в руках свой телефон, постоянно нервно вертите его, скорее всего, вы страдаете «мобиломанией»

Все бы ничего, но такое интенсивное общение с электронным другом сказывается на неокрепшей психике детей. Ученые из Университета Гранады подсчитали, что четверо из десяти детей в Испании испытывают зависимость от телефона и страдают психическими расстройствами.

Если вас пугает перспектива пополнить армию «мобилоголиков», вы можете проверить у себя наличие некоторых характерных болезненных симптомов. По мне-

нию ученых, если вы часто держите в руках свой телефон, постоянно нервно вертите его, часто перечитываете смс или листаете фотографии, боитесь ночью отключить звук и периодически просыпаетесь, высматривая новые сообщения, а также следите за обновлениями мобильных приложений, скорее всего, вы страдаете «мобиломанией».

Кирилл БЕЛАН

Американская культура резко изменилась

Чтобы узнать, какое будущее вас ждет, взгляните на детей. Ценности и приоритеты детей могут рассказать о том, в каком обществе мы окажемся через 10-15 лет.

В июльском номере научного журнала Cyberpsychology опубликованы результаты исследований влияния Интернета и телевидения на ценности и приоритеты детей. Перспективы удручающие.

Сотрудники Калифорнийского университета психологии и развития Ялда Улш и Патриция Гринфилд проанализировали демографические данные, чтобы выявить самые популярные шоу среди детей в возрасте от 9 до 11 лет, а затем опросили 60 участников эксперимента в возрасте от 18 до 59 лет, чтобы определить, насколько важным для каждого из них является значение каждого эпизода этих шоу. Как сообщает Science Daily, подобный рейтинг детских ценностей из 16 пунктов составляется психологами каждые десять лет, начиная с 1967 года.

Исследование оценивало значения символов в двух самых популярных детских телевизионных шоу в США. Например, в 1967 году ими были шоу «Энди Гриффита» и «Шоу Люси», в 1977 году «Лаверна и Ширли» и «Счастливые дни», в 2007 году «Американский идол» и «Ханна Монтана». Учитывая глобализацию ценностей, результаты этих исследований с незначительными поправками можно отнести и ко многим другим развитым странам, а не только к США.

Итак, наиболее драматичным изменением последнего десятилетия стало то, что стремление к славе теперь занимает первое место в рейтинге ценностей. Именно это подчеркивается в детских телевизионных шоу. В списке из 16 ценностей «слава» прыгнула с 15 места, где она была в 1987 и 1997 годах, на 1 место в 2007 году. В противоположность этому, за период с 1997 по 2007 год «доброжелательность» (желание быть добрым и помогать другим) упала со 2 на 13 место, а «традиции» упали с 4 на 15. Чувство общности (ощущение себя частью коллектива) занимало 1 место в 1967, 1977 и 1997 годах, и было на втором



Нарциссизм — термин в психологии, происходящий из древнегреческого мифа о самовлюбленном юноше Нарциссе, который влюбился в собственное отражение и умер от этого

в 1987 году. В 2007 году оно выпало из первой десятки на 11-е место.

«Я испытал шок, увидев столь значительные изменения за последние десять лет, — сказал аспирант Ялда Улш. — Я предполагал, что «слава» стала важной для современных детей, но не ожидал такого резкого роста, как не ожидал и столь резкого падения значимых ценностей, таких, например, как чувство общности. Если вы, как и я, считаете, что телевидение отражает культуру, то аме-

риканская культура резко изменилась».

«Рост стремления к известности в детских телешоу может быть одним из документальных факторов, отражающих рост нарциссизма в нашей культуре, — считает ведущий автор исследования Патриция Гринфилд. — Популярные телевизионные шоу являются частью среды, которая вызывает повышенный нарциссизм, но они также отражают культуру». (Нарциссизм — термин в психологии, происходящий от древнегреческого мифа о самовлюбленном юноше Нарциссе — прим. ред.).

В целом в первую пятерку ценностей в 2007 году вошли «слава», «общая успешность», «популярность», «имидж» и «финансовый успех». А в 1997 году в пятерку входили «чувство общности», «доброжелательность», «имидж», «традиции» и «самовосприятие». В 2007 году «доброжелательность» упала до 12 места, а «финансовый успех» поднялся с 12 места в 1967 и 1997 годов до пятого в 2007 году. В 2007 году замыкают рейтинг «традиции» (15 место) и «духовность» (16-е).

Самое большое изменение с 1997 по 2007 год произошло, когда сверхпопулярными стали YouTube, Facebook и Twitter, что привело к росту нарциссизма среди молодежи и параллельно сопровождалось падением сочувствия. «Если у вас на Facebook более 400 друзей, большинство из которых ваши сверстники, то это внутреннее выражение нарциссизма», — считает доктор Гринфилд.

«Существует множество популярных у молодежи телевизионных шоу, которые показывают молодых людей, достигших большой известности с незначительными затратами», — сказал Ялда Улш. Это отражает общее стремление молодежи к популярности.

Основной вывод, сделанный психологами по результатам исследований, заключается в том, что в настоящее время детям гораздо важнее быть знаменитыми и богатыми, чем добрыми и внимательными к другим.

Филипп ИОФФЕ