

Могут ли лечить человека против его желания?

Патологическая ревность может привести к опасным ситуациям. Если существует высокий риск нанесения телесных повреждений и врачи уверены в наличии психического заболевания и необходимости медицинской помощи, человека могут поместить в больницу вопреки желанию на основании закона о психическом здоровье (см. *Законы о психическом здоровье*). Иногда временное разделение с партнером дает человеку возможность почувствовать себя лучше.

Любое агрессивное поведение, даже вызванное психическим расстройством, неприемлемо и противозаконно, и в этом случае полиция может завести уголовное дело. Помимо собственного психического здоровья, необходимо иметь в виду и безопасность окружающих, в том числе детей, которые также могут пострадать.

Какое лечение выбрать?

В первую очередь человеку следует принять сам факт, что ему требуется помощь, и обсудить возникшую проблему с друзьями и семьей. Необходимо обратиться к врачу, чтобы узнать, какое лечение могут предложить после определения типа патологической ревности.

Советы семье и друзьям

Если вас тревожит состояние партнера или знакомого, который страдает патологической ревностью, важно понять, что это психическое заболевание, которое можно вылечить. Имейте в виду и вероятный риск причинения вреда окружающим, особенно тому, на кого ревность направлена.

Постарайтесь убедить ревнивца обратиться за помощью, хотя он, скорее всего, не захочет ее принимать и даже рассердится, когда вы об этом заговорите.

Если с его стороны возникают угрозы или акты насилия, возможно, стоит связаться с полицией и найти способ разделить пару.

Если пара живет раздельно, появляется риск преследования [см. *Преследование (сталкинг)*]. В этом случае необходимо связаться с полицией или врачами.

Ревность для врачей-практиков представляет определенную сложность. Когда пара приходит в клинику и один человек обвиняет другого в измене, врачу бывает непросто разобраться, является ли это проявлением патологической ревности или подлинным стрессом из-за тайной измены партнера.

Иногда пары распадаются, поскольку патологическая ревность отвращает преданного партнера, но в глазах ревнивца разрыв лишь подтверждает то, что его подозрения были обоснованны.

Работа с проблемой ревности зачастую требует присутствия обоих партнеров и очень умелого психотерапевтического подхода, однако врачам сложно добиться посещения их обоих, особенно если один утверждает: «Со мной все в порядке, вы лучше лечите пациента».

В основе ревности действительно лежит неуверенность и низкая самооценка. Однако для выздоровления важно, чтобы в лечении оказались задействованы оба человека.

Литература.

1. Uncommon Psychiatric Syndromes, David Enoch and Hadrian Ball, Hodder Arnold Publications, 2001.
2. P. E. Mullen and L. H. Maack, «Jealousy, Pathological Jealousy and Aggression», глава из книги Aggression and Dangerousness, D. P. Farrington and J. Gunn (редакторы), Wiley and Sons

Студент 4 курса МИФИ Кирилл П.

GOOGLE ЕСТЬ – УМА НЕ НАДО?

(обзор интернет-материалов о клиповом мышлении)

В течение нескольких десятилетий проводилась огромная исследовательская работа в области, которая теперь называется теорией доминантного полушария. Исследования показали, что каждое полушарие мозга – левое и правое – выполняет разные функции, обрабатывает информацию различного типа и имеет дело с проблемами разного рода.

Левое полушарие в основном отвечает за логически-вербальную деятельность, а правое – за интуитивно-творческую. Левое оперирует словами, правое – образами; левое имеет дело с частями и особенностями, правое – с целым и связями между отдельными частями. Левое полушарие связано с анализом, т.е. с делением на составляющие; правое – с синтезом, т.е. со

сведением частей в единое целое. Левое отвечает за последовательное мышление; правое – за синхронное, одновременное, когда объект воспринимается как единое целое. Левое полушарие привязано ко времени, правое свободно от временной зависимости.

Хотя люди пользуются обоими полушариями, у каждого конкретного человека одно из них обычно доминирует. Разумеется, идеально было бы развить в себе способность переключаться с одной стороны мозга на другую, чтобы иметь возможность сначала почувствовать, чего от нас требует ситуация, а затем выбрать и использовать подходящий инструмент. Однако люди, как правило, стремятся разрешать возникающие ситуации, оставаясь в «зоне комфорта» своего доминантного полушария – либо левого, либо правого.

Абрахам Маслоу как-то сказал: «Тот, кто хорошо владеет молотком, склонен думать, что вокруг него сплошные гвозди». Это еще один фактор, обуславливающий различие в восприятии. Люди с разными доминантными полушариями имеют тенденцию воспринимать одни и те же вещи по-разному.

Мы живем в мире, где доминирует левое полушарие, где правят слова, расчет и логика, а творческий, интуитивный, эмоциональный и артистический аспекты нашей природы часто находятся в подчиненном положении. Для многих из нас подключение к возможностям правого полушария является затруднительным.

Это описание является слишком упрощенным и что новейшие исследования, бесспорно, прольют больше света на деятельность нашего мозга. Но главное заключается в том, что в нашем распоряжении находится множество различных способов мышления, а мы не используем этот потенциал. Но, зная о наличии у нас этих разнообразных возможностей, мы способны сознательно использовать свой интеллект для более эффективного удовлетворения конкретных потребностей.

В наше время из 10 человек из 8 из них имеют так называемое клиповое мышление, что это такое? В наше время повальной компьютеризации мы все оказались «связанными одной Сетью». Лишившись Интернета даже ненадолго, многие молодые люди испытывают чувство одиночества, тревогу и подавленность. А фраза «это все из-за Интернета» в наши дни становится объяснением проблем и оправданием ошибок. И все же в возникновении тех или иных проблем, связанных с Интернетом, виноваты люди, им пользующиеся. И причина не в том, что они делают это неправильно и тем обращают достижения техниче-

ского прогресса себе во вред, а в том, что они не понимают, не задумываются, как Сеть меняет их самих. Это изменение – цифровой психоморфоз – перестраивает мышление пользователей, делая его «клиповым».

Представление о клиповом мышлении первоначально появилось еще в доинтернетном периоде, в 80-е годы прошлого века. Первоначально оно было связано с восприятием зрителями видеоряда музыкальных клипов – фрагментов, контекстуально связанных друг с другом, но весьма разнородных, предъявляемых в быстром темпе и порождающих все новые ассоциации, заставляя зрителя «растекаться мыслью по древу». Вообще изначально *clipping* – это подборка газетно-журнальных вырезок на заданную тему. Не дотошный аналитический обзор, не «выжимка» информации из разных источников (дайджест), а поверхностное представление «сырой», не переработанной информации.

Такой контент, как видеоклипы, опирающийся на быструю смену тем, на психологическом уровне подталкивает зрителя к «скачке идей», переключению с логического, последовательного рационального мышления на спонтанно-ассоциативное иррациональное. А на физиологическом уровне возникает так называемый когнитивный сдвиг: от левополушарного мышления (последовательность, непротиворечивость и критичность) к правополушарному (наглядность, ассоциативность и эмоциональность). Целесообразность такой подачи материала с точки зрения клипмейкеров очевидна: меньше «доза» информации – значит, меньше логики и критики, зато больше эмоций при постоянной смене кадров! И тогда возникает «двухступенчатый» эффект иррационального, правополушарного убеждения:

У аудитории происходит переход от логического мышления к эмоциональному. Этот эффект клипового мышления – вполне в русле сегодняшних мейнстримных трендов: «Даешь простое решение сложных вопросов! Живи чувствами: тогда будешь чувствовать, что живешь!» «Больше эмоций» – это еще и ответ на извечный запрос массовой публики, ищущей новых ощущений и развлечений (помните античное «Хлеба и зрелищ»?).

Клиповое мышление ситуативно и сиюминутно: нет времени долго размышлять, анализировать информацию, сравнивать альтернативы – нужно в спешке «проглатывать» все новые порции информации. Эта временная ограниченность неизбежно ограничивает широту мышления – можно сказать, делает последнее ограниченным в самом прямом смысле. А значит, у клипово мыслящей аудитории больше внушаемость – и воз-

растает ее податливость для манипуляций. Такой эффект клипового мышления очень востребован рекламистами, маркетологами и политтехнологами. И желания, порождаемые клиповым мышлением, становятся импульсивными и компульсивными: «Хочу сегодня! Хочу сейчас!»

В конце прошлого века развитые страны пришли к обществу массовой информации (читай: медийной манипуляции), жаждущему свежих эмоций и новых развлечений – и тем самым семимильными шагами идущему к повальной инфантилизации. Вот потому-то в нем и сформировался социальный запрос на клиповое мышление. Точнее, запрос на контент, такое мышление питающий и стимулирующий. Соответственно, само клиповое мышление укоренилось как распространенное социокультурное явление. И конечно, привлекло внимание исследователей. В отечественной науке «пионером» изучения клипового мышления выступил известный философ Федор Гиренок, противопоставивший его мышлению понятийному.

Ну а когда в начале нового века началось триумфальное распространение Интернета, клиповое мышление пышным цветом расцвело в новой информационной среде. Перефразируя классика, можно сказать, что эти два феномена современной культуры – как близнецы-братья: мы говорим «клиповое мышление» – подразумеваем «пользование Интернетом». Причем интернет-мышление, или мышление, поначалу порожденное Сетью, в дальнейшем само выстраивает эту Сеть. Ведь в глобальной Сети, опирающейся на принцип «диктатуры юзера», контент Интернета подстраивается под вкусы пользователей, большинство которых предпочитает просматривать короткие тексты в одну страницу, фото и видеоролики продолжительностью до двух-трех минут. При этом сужается временной горизонт «здесь и сейчас», в него помещается лишь то, что можно окинуть одним взглядом... и забыть, как только это становится прошлым («с глаз долой – из мозга вон»). Возникает цифровая амнезия [1].

Юзеры не хотят утруждать себя углубленным размышлением. В результате контент становится «быстрорастворимым» – таким, чтобы мог схватываться большинством пользователей моментально, даже при поверхностном просмотре, и без интеллектуальной фильтрации, не дожидаясь наступления «перегрева» мозга от умственных усилий. Такая «пища» для ума «проглатывается» большинством легко и усваивается незаметно. Ну просто мечта рекламистов и политтехнологов всех мастей!

Описанные черты «клипомыслия» – поспешность, эмоциональность и некритичность –

у интернет-юзеров «со стажем» проявляются особенно ярко. Почему это происходит? Давайте разберемся.

Что касается поспешности – она выступает прямым следствием информационной избыточности глобальной Сети, этого кажущегося бескрайним «океана» информации (наподобие «мыслящего океана» Станислава Лема). Причем избыточность проявляется как по объему, так и по структуре информации (гипертексты, многочисленные переходы по ссылкам) и по форме ее представления (аудиовизуальный, мультимедийный контент). В результате для среднего пользователя прежнее «хочу все знать» сменилось на «хочу все успеть»: он не рассматривает все возможные аргументы, ограничивается одним-двумя.

Отсюда не только поверхностность мышления, но и его категоричность, так называемое «полярное мышление», поскольку человек не видит альтернатив (не успевает, да и уже не хочет поглощать избыток информации ежедневно и ежечасно. Вдобавок есть проблемы с анализом имеющейся в распоряжении информации). Такой способ принятия решений по существу регрессионный, детский. Поэтому клипово мыслящие юзеры Интернета нередко ведут себя наивно, как дети, – верят в предлагаемые им «сказки для взрослых». Например, про очередные открытия «британских ученых». Не случайно известный аналитик Рунета, практикующий психотерапевт Андрей Бархатов сравнивает клиповое мышление с «липовым» в силу скоропалительности и необоснованности решений [2].

Теперь – по поводу эмоций. Согласно известной формуле эмоций академика Симонова, интенсивность эмоций прямо пропорциональна силе актуальной для человека потребности и обратно пропорциональна объему имеющейся информации, необходимой для удовлетворения этой потребности. Соответственно, ограничение восприятия информации, происходящее в процессе клипового мышления, способствует возрастанию интенсивности проживаемых при этом эмоций.

Но как такой внутренний информационный дефицит уживается для пользователя с внешней информационной избыточностью? Разгадка состоит как раз в противоречии внутреннего и внешнего. Хотя океан внешней, потенциально доступной для интернет-пользователя информации избыточен, в то же время объем реально им усвоенной информации ограничен. В это ограничение вносят вклад как пропускная способность сознательного восприятия, так и дефицит времени, порождающий информационный стресс. Возникает информационный диссонанс, нагнетаются эмоции. По сути, захлопывается

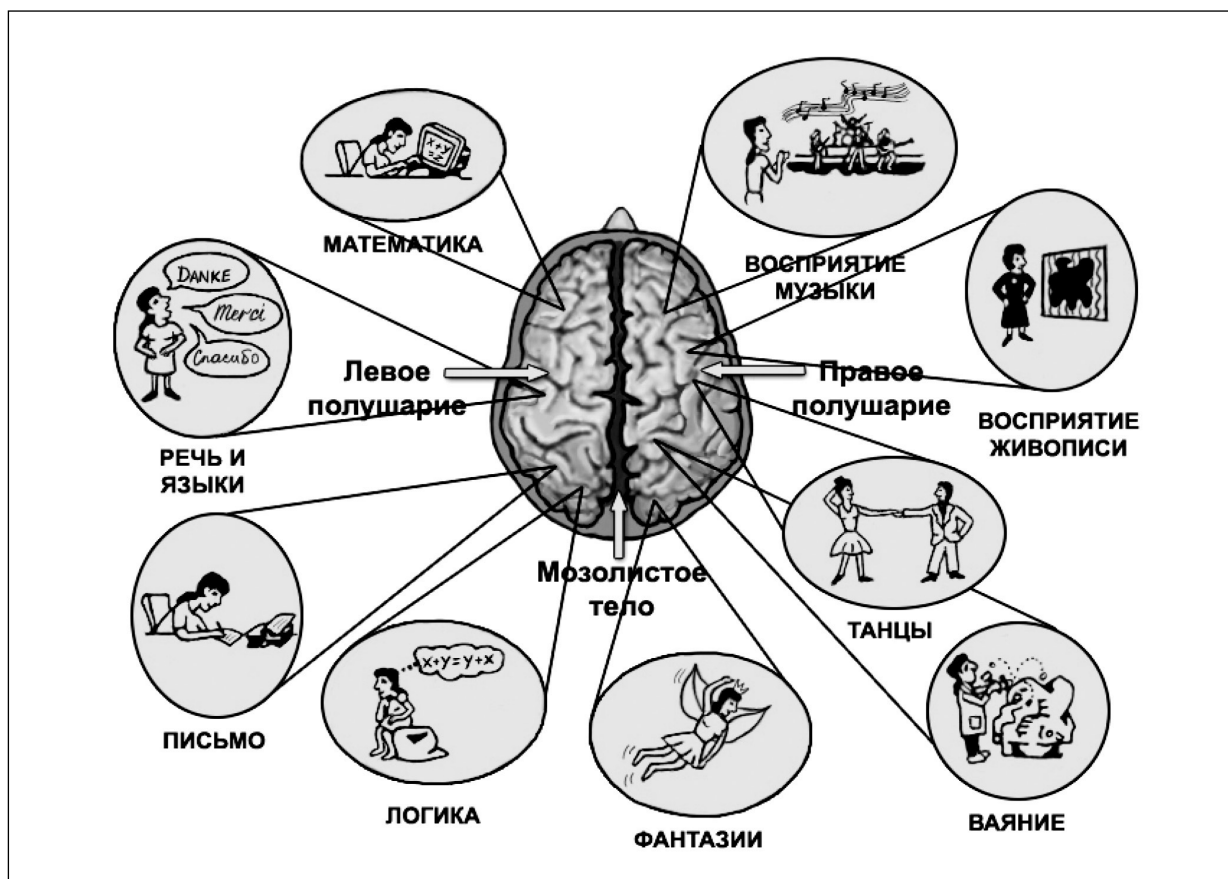
информационная ловушка, в которую человек себя загоняет сам своим клиповым мышлением: он бегло просматривает все больший объем информации, воспринимаемой небольшими порциями (снимками, кадрами) – но при этом удерживает, запоминает все меньше. В виртуальном мире, как в мифологическом потустороннем, человек пытается удовлетворить свой душевный и духовный голод – но в результате становится еще более голодным. Более того, от информационного перенасыщения возникает информационное же «несварение» и как результат – эмоциональная неудовлетворенность.

Кроме того, клиповое мышление стереотипно. Оно подталкивает человека к тому, чтобы некритично повторять чужие мысли, принимая их за свои. Отсюда, в частности, поднимается волна заимствований, копипастинга в Интернете. Помимо описанных недостатков, клиповому мышлению присуще еще и отсутствие системности мышления. Для «жертвы» клипового мышления мир (как внешний, так и внутренний) становится фрагментарным, превращаясь в набор разрозненных, не связанных друг с другом впечатлений и не увязанных в одно с другим представлений. Как писал дьякон Андрей Кураев, «клиповое мышление в итоге мешает человеку быть целостным». А каждое внутреннее противоречие делает человека менее психологически устойчивым.

С развитием интернета и других информационных технологий, насыщенность информационной среды, окружающей человека, выросла на порядки. В своей статье доктор Жак Балле пишет: «Если в прошлые не далекие годы количество информации в мире удваивалось за десятилетие, то в наше время за 18 месяцев»! Без надлежащей культуры мышления человеку тяжело ориентироваться в окружающем его информационном пространстве. Следствием этого является эффект клипового мышления.

Проведенные психологами эксперименты показывают, что среди подрастающего поколения резко снизился коэффициент усвоения знаний. Старшеклассников попросили ответить на ряд исключительно простых вопросов из программы предшествующих лет обучения. Выбирался только тот материал, незнание которого оценивалось в соответствующем классе на двойку. Результаты показали коэффициент на уровне 10%. Аналогичная ситуация наблюдается и у взрослых. В статье «Google делает нас глупее?» Nicholas Carr (автор книги «The Big Switch: Rewiring the World, From Edison to Google») пишет: «В последнее время у меня появилось неуютное ощущение, что кто-то или что-то ковыряется в моем мозгу, пере-

распределяя нейронные схемы и перепрограммируя память. Мой мозг не умирает, насколько я могу судить, но меняется. Я уже не думаю так, как думал раньше. Особенно это заметно при чтении. Раньше я с легкостью погружался в книгу или длинную статью. Мозг увлекался повествованием или поворотами дискуссии, и я часами бродил по длинным дорогам прозы. Теперь такое редко случается. После двух-трех страниц внимание начинает рассеиваться, появляется какая-то суетливость, я теряю нить, начинаю искать, чем бы еще заняться. Такое ощущение, что мне постоянно приходится подтаскивать свой непослушный мозг обратно к тексту. Глубокое чтение, которое раньше происходило совершенно естественно, превратилось в борьбу». И далее: «Ясно, что пользователи не читают онлайн в традиционном понимании этого слова; появляются новые формы чтения: пользователи горизонтально «пробегают» по заголовкам, страницам и абзацам в поисках быстрой добычи. Создается такое ощущение, что они выходят в Сеть, чтобы избежать чтения в его традиционном смысле». Другая сторона клипового мышления – ослабление чувства сопереживания, ответственности. По этому поводу в своем интервью высказал Андрей Кураев, размышляя о восстановлении рухнувшего «Трансвааль-парка». «...Но тот человек, который идет сознательно развлекаться и берет с собой детей для развлечения на место, политое человеческой кровью, конечно, тем самым демонстрирует, что с его совестным чувством что-то не так. Я думаю, что это люди, которые воспитаны в клиповом мышлении. Это мышление сиюминутного восприятия, то есть даже не мышление, а минутная реакция. Вот идут сводки новостей, одна с другой не связаны. Идет концерт, один номер с другим не связан. Вослед рекламные ролики – один с другим не связан. Наконец, есть множество телеканалов, которые ты постоянно переключаешь, и они тоже между собой никак не связаны. Человеку на осмысление какой-то ситуации дается две-три минуты, не более того. И тут же все забудь, поскольку начинается нечто совершенно другое. Другая информация ждет своей очереди, чтобы влиться в тебя и протечь через твои мозги. Это клиповое мышление в итоге мешает человеку быть целостным. Я не сомневаюсь, что те люди, которые сейчас пойдут в аквапарк, когда случилась трагедия, наверняка сочувствовали, сопереживали. Может быть, даже давали зарок – больше туда не будем ходить... Но прошло несколько месяцев и уже совсем другая погода в душе. Другие тонны информации через нее прошли. И человек уже предпочел забыть то, что произошло.



Не думать о нем». Опасность заключается и в том, что возникает эффект обратного действия, когда и СМИ, и телевидение подстраивается под воспитанную ими аудиторию. Например, текст в статьях становится сильно фрагментированным, разбитым на перемежающиеся смысловые блоки небольшого – два-три абзаца – объема. Он насыщен большим количеством коротких фраз, и главная его задача – создать не логическое, а эмоциональное отношение к происходящему. В результате роль читателя сводится к простому потреблению информации. Такая форма подачи материала оказалась весьма удобной в частности для коммерции. Делая упор только на эмоции, легче заставить человека руководствоваться полученной информацией в повседневной жизни. А для закрепления эффекта используются ссылки на «авторитеты», что выливается прямо-таки в гипертрофированный интерес к жизни богемы. Появились целые серии книг, написанные в стиле общения в чатах, по ICQ или дневниковых записей. Снимаются фильмы, построенные на принципах клиповой техники. То есть запущенная система начинает воспроизводить саму себя и собственных потребителей.

От стиля мышления во многом зависит успешность человека по жизни. Программы вузов намного сложнее школьных и требуют восприятия и переработки гораздо больших объемов

информации. В современном мире без умения анализировать, вычленять суть и принимать на основе этого решения, вообще невозможно стать успешным управленцем. Одно из главных требований в нем – способность выстраивать цепочку из последовательности действий от существующего положения до поставленной цели (причина-следствие). А создание таких цепочек подразумевает наличие «продолжительного» мышления. Отсюда возникновение вполне реальной опасности, что носители клипового мышления будут вытеснены на положение аутсайдеров. В некоторых странах, где стали осознавать опасность клипового мышления, разрабатываются специальные тренинги, где учат сосредотачивать внимание на одном предмете и удерживать состояние концентрации в течение длительного времени. Но наиболее доступный метод – это все-таки чтение (естественно, не клиповой литературы) с последующим осмыслением прочитанного. В отличие от телевидения, где происходит управляемое восприятие, при прочтении художественного произведения приходится самостоятельно выстраивать образную систему. А всяческое закрепление прочитанного – обсуждение, конспектирование и т.д. способствует выработке умения анализировать, устанавливать связи между явлениями, и в конечном итоге приводит к формированию мозаичной картины мира.

Есть и другая сторона медали. Клиповое мышление стало массовым с широким распространением интернета, когда окружающая среда стала буквально переполнена информацией. Организм человека должен был как-то защищаться и адаптироваться, и как следствие – изменение формы сознания у молодого поколения. По сути своей клиповое мышление – это защитная реакция организма от информационной перегрузки. Как бы то ни было, но логическое мышление нам тоже нужно. Теории этапов развития цивилизации М. Маклюэна являются подтверждением этому: «...общество, находясь на современном этапе развития, трансформируется в «электронное общество» или «глобальную деревню». Канадский философ, теоретик электронных СМИ считает, что «электронный мир» позволяет многомерно воспринимать мир. Всестороннее развитие электронных средств общения ведет к возвращению человеческого мышления к дотекстовому периоду» [3].

Словосочетание «клиповое мышление» за период своего существования начинает приобретать сильно проявленную отрицательную коннотацию, прежде всего это относится к молодому поколению. Считается, что клиповое мышление катастрофично, ведь подростки и молодежь читают урывками, слушают музыку в автомобилях, посредством мобильных средств, т.е. принимают сообщения пульсами, фокусируясь не на идеи, а на отдельных образах и сиюминутных вспышках. На самом ли деле только подростки и молодежь подвержены клиповому мышлению? Действительно ли это плохо?

Негативные стороны данного мышления состоят в том, что наш современный мир образует мозаичную форму разрозненных, мало соединенных между собой фактов, частей и информации. Сменяя друг друга, и часто требуя новых, люди привыкают к изменившейся среде (возникает потребность слушать музыку, просматривать фото и видео, общаться с друзьями в чатах, непрерывно находиться в сети, погружаться в виртуальные онлайн игры и т.п.). За последнее десятилетие возрос темп обмена информацией, произошла глобальная информатизация всего населения, что дает подростку быть уверенным в том, что любую сложную задачу можно просто решить с наименьшими затратами сил и временем. Клиповое мышление – подразумевает упрощение, т.е. оно «забирает» всю глубину изучения, освоения материала. Данное мышление нацеливает человека на легкий способ добычи информации.

Оборотной стороной медали является то, что клиповое мышление можно использовать как

защита организма на информационную перегруженность человека. Если учесть то информационное поле, которое испытывает, видит и чувствует за целый день человек, плюс Интернет, то ничего потрясающего в этом нет, что его мыслительные процессы изменяются, подстраиваются и адаптируются к новому окружающему миру. Клиповое мышление – это новое в развитии взглядов человека, отношений с информацией, который завязался, не вчера и исчезнет точно не завтра. Как говорил Л. Н. Толстой: «Короткие мысли тем хороши, что они заставляют серьезного читателя самого думать». Современные дети, зависимые от интернета могут одновременно выполнять несколько действий сразу: слушать музыку, смотреть телевизор, общаться, сидеть в социальных сетях, выполняя при этом школьные домашние задания. Безусловно, расплачиваются дети за многозадачность невнимательностью, рассеянностью, гиперактивностью и т.д.

Таким образом, удивительные информационные технические достижения человека оказывают воздействие на психику человека и зарождают новые мыслительные парадигмы. Сетевое мышление представляет собой свободу воли, выбора во всемирной глобальной сети. Клиповое мышление дает человеку беспрепятственно добираться до беспрецедентного числа информации и сообщений. Данные научных достижений показывают, что с каждым годом всемирная паутина превращает человека в рассеянных и легкомысленных потребителей, основательно воздействуя на процессы, происходящие в нашей голове. В целом же, несомненно, клиповое мышление несет на себе отпечаток «детскости». Отсюда вывод, к которому мы приходим вслед за известной исследовательницей Интернета Сюзан Гринфилд: «В Интернете взрослые ведут себя как дети».

Литература:

1. Игнатов М. А. Сетевое мышление: феномен самоорганизации (философский анализ)/ В. П. Римский, М. А. Игнатов// Социально-гуманитарные знания. Региональный выпуск. – Краснодар, 2009.
2. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека. // Центр фундаментальной социологии. Перевод с английского В. Г. Николаева. М.: Канон-пресс, 2003.
3. Маклюэн Г. М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. – М.: Академический проект, 2005.