

ПРОБЛЕМА МЕДИАБУЛИМИИ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ

Кречетова М.А.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

m.crechetova@yandex.ru

Значимой проблемой многих пользователей интернета является неконтролируемое потребление информации. Это явление упоминается под термином «медиабулимия». Явление медиабулимии состоит в том, что человек, взаимодействующий с чрезмерным объемом информации, испытывает трудности с восприятием, систематизацией и применением полученных знаний [1: 4]. Медиабулимия схожа с известным пищевым расстройством, однако здесь, в отличие от еды, человек без меры потребляет разнообразную информацию.

Сейчас, в век цифровых технологий, недостатка в различном контенте нет. Пользователь листает ленты в соцсетях, следит за последними событиями в новостных агрегаторах, смотрит различные ролики на YouTube-каналах, испытывая информационный голод, что похоже на пациента с пищевым расстройством, который также испытывает голод, но только физиологический.

Людей с булимией и медиабулимией объединяет сразу несколько факторов – это отсутствие осознанности при потреблении, зависимость от поглощаемой пищи или информационных материалов и чувство опустошения после злоупотребления пищей или информацией.

Медиабулимия, так же, как и обычная булимия, является психофизиологическим расстройством. Сначала пользователь поглощает информационные материалы словно еду, в больших количествах. Затем период «обжорства» сменяется отвращением и отказом от получения информации либо человек ставит себя в строгие рамки, устанавливая критично необходимый минимум получаемого контента. Вскоре это состояние опять сменяется приступом неконтролируемого поглощения информации, во время которого человек ощущает опустошение и занимается самобичеванием за предыдущий период отказа от нездорового потребления.

В норме, желудок здорового человека не может чрезмерно потреблять пищу. Так же и чувственность не справляется с избыточным потреблением информации. Переизбыток контента грозит для пользователя цифровым ожирением или «инфоксикацией».

Согласно проведенному исследованию в рамках международного проекта EU Kids Online II в России [4], мнение о том, что сетевая компетентность помогает избавиться от информационных угроз и перегрузок, не соответствует действительности.

Одна из главных причин развития медиабулимии в медиареальности и в соцсетях – синдром дефицита внимания и гиперреактивность. Наиболее сильно этому недугу подвержено молодое поколение, так как именно оно чаще всего проводит свободное время в интернете.

Многих пользователей интернета тешит иллюзия о том, что доступность информации делает человека более развитым. Однако на практике дело обстоит с точностью до наоборот: обилие источников – не гарант их достоверности. В итоге мы оказываемся в эпохе тотальной дезинформации.

Пытаясь угнаться за духом времени, люди прекращают вчитываться в тексты, рефлексировать, что приводит к лишению возможности радоваться, понимать прочитанное, а со временем – теряют способность глубоко анализировать то или иное явление. Находясь на веб-странице, пользователи стремятся охватить взглядом как можно больше информации, что ведет к утере культуры чтения и делает их ведомыми и программируемыми, так как люди привыкают откликаться на простые, известные онлайн-сигналы.

Поверхностное скольжение по тексту на экране компьютера или смартфона, постоянное открытие все новых и новых вкладок является, по данным А. Одинец, одним из симптомов медийной булимии. Другим симптомом является ничего не значащий обмен

сообщениями, не несущими никакой новой информации и представляющими собой лингвистическое клише, например, вопросы о погоде, делах и т.д., постоянная потребность в их написании.

Кроме этого, на медиабулимию может указывать рассеянность внимания во время ожидания ответа. Пока собеседник не прочитал либо печатает текст сообщения, человек пытается заполнить этот незначительный период какими-то иными действиями, например, листает новостную ленту, открывает и закрывает различные приложения, просматривает фото в галерее телефона и т.д. Таким образом, одни ощущения сменяются другими, сознание ускользает, внимание не фокусируется, что как раз и приводит к развитию синдрома дефицита внимания, который является одновременно и причиной, и симптомом медиабулимии. При этом, даже понимая всю абсурдность ситуации, пользователи не могут перестать потреблять избыточную и ненужную им информацию.

Последний, важный симптом-следствие развития медиабулимии – это стереотипизация мышления. Постоянное пресыщение бесполезной информацией ведет к тому, что человек привыкает мыслить «как все». Такой пользователь выбирает и оставляет положительные отклики на извещения, собирающие больше всего позитивных комментариев, надеясь получить то же самое в ответ. Это, как отмечает А. Одиноц, люди, которые всегда все знают, которым необходимо быть в курсе всех последних событий «своей деревни».

Один из первых исследователей в области медиаэкологии Маршалл Маклюэн отмечал, что современный человек электронного общества, который активно пользуется средствами коммуникации, уже ощущает все пространство вокруг себя как одну глобальную деревню [3: 11]. Знать все на свете невозможно, однако человек, страдающий медиабулимией, все же пытается это сделать.

В 2011 году в интернет-среде появился акроним ФОМО (от англ. FOMO – fear of missing out) – боязнь остаться в стороне [7]. Впервые этот термин был описан на американском сайте «Urban dictionary», собирающем наиболее популярные сленговые неологизмы английского языка.

Эффективным способом борьбы с медиабулимией является тренировка силы воли, воспитание дисциплины и культуры поведения. Если в борьбе с булимией пациент использует лекарства, то в борьбе с медиабулимией пользователю необходимо использовать «цифровой детокс» и начать придерживаться принципов медиааскетизма.

Цель медиааскетов – осознанное отделение себя от потоков новой информации, разумное использование медиатехнологий, а также умение концентрироваться и определять свой вектор развития. В современном языке значение термин «аскетика» уклоняется в сторону полного отказа от современных цифровых технологий и удовольствий и часто связывается с неолуддизмом и технофобией. Но если обратиться к греческому толкованию слова, то аскетика – это тренировка, а человек, занимающийся ею, тренирует волю, разум и тело для того, чтобы осознанно существовать.

Люди далеки от научных исследований в области медийных заболеваний, однако многие на практике уже пытаются регулировать потребление информации равно тому, как мы ограничиваем свои пищевые привычки. Развитие медиакультуры и медиаобразования способствует повышению цифровой грамотности, популяризации цифрового этикета.

В борьбу с недугами постинформационного общества входит разработка методов регуляции цифрового присутствия и актуализация практик осознанного использования медиа. При борьбе с медиабулимией, прежде чем зайти в социальную сеть, открыть электронную почту или посмотреть видео на YouTube, следует задать себе вопросы: «Нужно ли мне это прочесть/посмотреть?», «Какую пользу я от этого получу?», «Есть ли мне дело до того, что происходит в данном ролике?».

Окончательно перестать быть зависимым от информации у пользователей, конечно, не получится. От информации зависимы все живые существа и человек в первую очередь.

Вопрос только в ее количестве, объемах, которые человек должен научиться регулировать самостоятельно.

Список литературы

1. *Калитюк Н.В., Першина П.А., Проводин В.Н.* Медиабулимия // Вестник магистратуры. 2020. № 4-2 (103).
2. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003.
3. *Маклюэн М., Фиоре К.* Война и мир в глобальной деревне. М.: АСТ: Астрель, 2012.
4. *Солдатова Г., Зотова Е., Лебешева М.* Дети России онлайн: риски и безопасность. Результаты международного проекта EU Kids Online II в России. URL: http://cyberpsy.ru/literature/russian_kids_online
5. *Соловьев Д. Н., Белоус П. Э.* Медийная аскетика как феномен цифровой культуры // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2014. Vol. 8.
6. Визуальная экология: формирование дисциплины: Коллективная монография / Под ред. В. В. Савчука. СПб.: Издательство РХГА, 2016.
7. Онлайн-словарь слов и фраз англоязычного сленга. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=FOMO>