

ЦИФРОВОЕ ГИПЕРПОТРЕБЛЕНИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ПСИХИКУ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Петров В.В., студент гр.150501

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники 1
г. Минск, Республика Беларусь*

Амоненко С. А. – м. ф. н.

Аннотация. В современном цифровом мире с каждым днём всё более становится актуальна проблема деградации мышления. Обширное количество контента и его примитивность формирует условно-рефлекторную положительную связь, в следствии чего большинство людей потребляют огромные массивы данных, которые они не то что не анализируют, а вовсе “свайпают”, не задумываясь. В статье поднимается вопрос, как это влияет на психику современного человека и к чему это нас приведет.

Ключевые слова. цифровое гиперпотребление, цифровое слабоумие, информационная псевдобебильность.

Современный мир предоставляет множество возможностей для потребления информации, которые тяжело было даже вообразить столетие назад. Однако данное явление обладает как очевидными положительными последствиями, так и более скрытыми негативными следствиями для человеческой психики. Так, например, с недавнего времени в тренде стал огромный сервис с контентом под названием “TikTok”. Данный сервис служит для просмотра исключительно коротких видео. Идея крайне проста, оттого и гениальна, в том смысле, что на сегодняшний день трафик в данном сервисе превышал все рекорды и его смог перебить только ChatGPT.

Но почему и откуда возникает так много людей, жаждущих просто посмотреть обычные и короткие видео? Рассмотрим эксперимент нейробиолога из Кембриджского университета Вольфрама Шульца.

«Эксперименты Шульца с обезьянами были основаны на ранних экспериментах Павлова, посвященных выработке условных рефлексов у собак. Шульц проигрывал обезьянам громкий звук, ждал несколько секунд, а затем выдавливал им в рот несколько капель яблочного сока. В ходе эксперимента Шульц наблюдал за электрической активностью отдельных производящих дофамин нейронов в мозге обезьян. В первое время нейроны не возбуждались, пока животное не получало сок. Однако как только обезьяны поняли, что звук предвещает получение сока, те же самые нейроны стали возбуждаться, когда раздавался звук, то есть в момент, предвещающий награду, а не после ее получения. По мнению Шульца, дофаминовая система обучения интересна тем, что в ней все основано на предвкушении.

Предвкушение награды помогает нам формировать привычки. Хорошие, адаптивные привычки помогают нам выживать, позволяя выполнять множество важных задач автоматически, даже не думая о них. Адаптивные привычки поощряются высвобождением дофамина в префронтальную кору и полосатое тело, то есть те области мозга, которые задействованы в контроле поведения, вознаграждении и мотивации. Высвобождение дофамина не только дарит человеку чувство удовольствия, но и вырабатывает у него условный рефлекс. Как мы знаем, обусловливание формирует долговременные воспоминания, которые позволяют нам узнавать стимул при следующей встрече с ним и реагировать соответствующе. Если это позитивный стимул, как бывает в случае с адаптивными привычками, обусловливание мотивирует нас стремиться к нему. Например, если вы съели банан и сочли его вкусным, в следующий раз, увидев банан, вы почувствуете желание его съесть» [1, с. 255-256].

Видео из сервиса “TikTok” работают точно по такому же принципу, то есть схема следующая:

1. Предвещение награды.
2. Выработка дофамина.
3. Её получение.

Так и происходит эскалация примитивного контента: наш мозг при выборе более сложной и лёгкой задачи выбирает простую. Условно говоря, если у пользователя стоит выбор: прочесть умную статью или посмотреть смешные картинки, естественным образом он выберет второе. Можно утверждать, что многие пользователи делают закладки умных статей и после читают, однако большинство людей возвращается лишь к 4-ом процентам отложенных вещей.

Как следствие, современные рекламодатели делают максимально примитивные вещи для более широкого охвата фокуса потребителей, т.к. внимание человека стоит миллиарды долларов на данный момент. В связи с этим, одним из наиболее интересных и проблемных кейсов, становится случай детей, которые с раннего возраста проводят колоссальное время в мобильном телефоне.

Мозг ребёнка пластичен и способен более хорошо усваивать, генерировать уникальные интеллектуальные модели. Для этого ему необходимо развиваться и у многих родителей возникает иллюзия, что гаджет поможет им в данном начинании и будет развивать мозг ребёнка.

Также есть важное отличие: мозг ребёнка должен настроиться на соответствующую конфигурацию, он крайне сильно отличается от мозга взрослого человека.

Для соответствующей настройки определённых областей, он должен взаимодействовать с объектами из реального мира, то есть иметь тактильный контакт, а не полностью работать с абстракциями. Если мозг полностью работает конкретно с абстракцией, это не становится какой-то частью интеллектуального багажа, а лишь проходит мимо него, не оставляя ничего в совокупности.

Может показаться, что эти абстракции никак не влияют на мозг и лишь пролетают мимо. Но современные сервисы генерируют огромное количество контента, вследствие чего дети теряют концентрацию внимания и не способны его сфокусировать на определённых вещах: прочесть книгу, выполнить домашнее задание и т.д.

Вернёмся ко времени, когда только начали появляться телевизоры и дети начали смотреть различные каналы. В то время провели исследование в США. В качестве исследуемых были дети, которые смотрели телевизор больше часа и менее часа. По данному исследованию получили следующий результат: 50% детей, которые смотрели телевизор менее часа поступили в вуз, а из другой группы лишь 10% поступили в вуз.

Возьмём данные из современного мира:

В среднем семилетний ребёнок год своей жизни провёл за экраном. Восемнадцатилетний молодой человек в среднем провёл 4 года за экраном. В среднем подростки проводят 8 часов за экраном.

У людей также возникает иллюзия, что растут талантливые, креативные дети, которые способны порождать что-то уникальное. На этот случай также есть тест на креативность Торренса. Он является более объективным, т.к. охватывает различные области мозга, а также может предсказать перспективы человека в будущем.

Результаты данного теста проводились с 1960 года.

С 1960 до 1984 года, не было такого массивного объема информации, следовательно, и мышление подростков было другим. Результат – рост креативности.

С 1984 до 1990 года, стабилизировался рост креативности.

С 1990 года идёт неуклонное снижение выполнения теста.

Исследовательница, которая проверила более 300 тысяч отчётов добавила следующий комментарий относительно результатов теста: «Дети стали менее эмоциональными, менее вербально-активными, обладают меньшим чувством юмора и воображением.»[2, p. 291]

Интересные данные по Facebook из 2015 года:

34% ложилось спать вместе с Facebook.

21% просыпался ночью, чтобы проверить, что у него происходит в Facebook.

27% пользователей пользовались им, сидя в туалете.

Цифровая зависимость является медицинским диагнозом.

Недавние исследования мозга, сделанные на тему изображений мозга, показывают, что цифровые приборы влияют на кору передних долей мозга (которая контролирует организацию действий) так же, как кокаин. Технология настолько сверхвозбуждает, что повышает уровень дофамина – нейромедиатор, наиболее связанный с зависимостью. На МРТ (магнитно-резонансная терапия) у Интернет-зависимых появились изменения в белом веществе мозга (меньше связей нервных клеток в частях мозга, которые занимаются эмоциями, процессом принятия решений и самоконтролем), также были найдены изменения в сером веществе мозга, которое было снижено. [3]

Также уровень кортизола (гормон стресса) растёт, если у человека с подобным диагнозом отобрать гаджет. Примечательным также является то, что подобные люди не могут отключить уведомления, а при их отключении, уровень кортизола также растёт.

Для борьбы с цифровой зависимостью современная наука изобретает различные симуляторы айфона, чтобы человек мог справляться с уровнем кортизола и уходить от возникшей зависимости.

Отсюда вытекает другое заболевание: информационная псевдодебильность.

Основоположителем термина «информационная псевдодебильность» стал врач-психотерапевт Андрей Курпатов[4]. Занимаясь вопросами возникновения и исследуя такие состояния человека как вегетососудистая дистония, невроз, панические атаки, он выяснил, что одной из основных причин невротических нарушений является агрессивная атака на мозг большого количества разрозненной информации.

В процессе исследования данных проблем Курпатов на основании исследования групп пациентов, страдавших шизофренией в разные исторические периоды, ввел в психологию термин информационная псевдодебильность. При анализе Курпатов создал определенные временные рамки для этого термина: для больных 60-70 годов прошлого столетия характерен

сложноорганизованный бред, в конце 90-х произошел перелом в проявлениях этого психического заболевания. Этот феномен совпал со временем компьютерного бума, массового использования интернета. Для людей, заболевших на рубеже 20 века, характерны более примитивные бредовые идеи с преобладанием бытовой тематики.

В конце 20 века—начале 21 века информационная псевдодебильность претерпела патоморфоз из-за нахождения нашего мозга в постоянном информационном поле. Патоморфоз заключается в сложности выявления структуры бреда, проявляющейся через отношения в информационном поле. Больные не только не понимают, что находятся в бреде, но также не особо придают этому бреду значения. А. Н. Алехин отмечает, что структура нарушена в интеллектуальных объектах, которые строит наш мозг[5]. Выражается это нарушение в пассивности, импульсивности действий, отсутствии достаточного внимания, непонимании абстрактных рассуждений, утилитарном и конкретном мышлении.

Основным отличием обычной дебильности от информационной псевдодебильности является отсутствие у человека с дебильностью возможности построения более сложных интеллектуальных объектов в силу недостаточности серого вещества.

У человека с информационной псевдодебильностью количество серого вещества в норме и его мозг можно реабилитировать, но у него нет на это мотивации из-за постоянного необдуманного потребления информации.

По причине огромного количества информации, получаемого обществом посредством гаджетов, страдает конвергентное мышление, которое отвечает за принятие рационального решения. Это значит, что мозг получает информацию, но не анализирует, не осознает, не структурирует ее. Таким образом, мозг теряет способность мыслить абстрактно и переходит к упрощенному, клиповому мышлению.

Понятие информационного псевдодебилизма обладает схожими чертами с термином цифровое слабоумие. Между тем, два понятия не обозначают одно и то же. Цифровое слабоумие — полноценная болезнь, выражающаяся в таких синдромах как дефицит внимания, патологическая гиперактивность и встречающаяся в основном у детей. Эта болезнь обладает приобретенным характером и обусловлена проблемами формирования детского мозга. Цифровое слабоумие в отличие от информационной псевдодебильности неизлечимо.

В случае последовательного и системного ограничения информации можно вернуть способность к качественному мышлению, хотя в условиях реалий современного мира сделать это сложно. Процесс выхода из состояния информационной псевдодебильности усложняется также тем фактом, что человек не понимает своей зависимости от чрезмерного потребления информации.

Эти данные позволяют нам связать информацию, полученную с помощью теста Торренса, и явление патоморфоза шизофрении. Необходимо понимать, что у бреда шизофреников, как и у мысли обычного человека имеется своя структура. В обоих случаях мы наблюдаем ухудшение мысленного процесса и мышления, в общем и целом. Почему так происходит? Мышление, в первую очередь, это навык создания сложных интеллектуальных объектов. Но как оно может развиваться, когда в обществе происходит эскалация примитивного контента?

Одним из примеров негативных феноменов, вызванных процессом гиперпотребления информации, является “иллюзия знания”. Мозг работает по странному принципу: до всего до чего человек может дотянуться, находится в его поле влияния. Если обезьяне дать лопатку, то поле её влияния увеличивается и она вводит это в схему своего тела. Так и знания, которые не принадлежат человеку, он интегрирует в себя и ошибочно считает, что знает многое. Многие задачи человек решает при помощи уже созданных для этого устройств: навигаторы, поисковики и т.д. Это приводит к отсутствию необходимости мышления и анализа информации, что влечет за собой деградацию человеческого интеллекта.

С этим связана и проблема заглушения префронтальной коры мозга современного человека, при потреблении информации. Существуют исследования, в которых человека клали в фМРТ и анализировали, какие зоны мозга у него активизируются в случае, когда он принимает решения самостоятельно и в случае, когда он принимает решение с наличием мнения эксперта. Проблема состоит в том, что во втором случае, у людей не активизировалась зона принятия решения: префронтальная кора головного мозга. В эксперименте она активизировалась только в том случае, когда была соответствующая надпись: “мнение экспертов недоступно”. Так и построены современные рекомендательные сервисы – префронтальная кора головного мозга просто не включается и человек становится ведомым и вовсе отказывается думать.

Хорошим примером изменения формы восприятия информации, служит динамика развития современных социальных сетей. Изначально существовала блог-платформа LiveJournal, в котором писали объёмные тексты. Далее Facebook и ВКонтакте, где тексты сократились, после и Twitter, где всего имеется 140 символов, а потом Instagram, где нет как такового текста, лишь картинки. Такая “эволюция” подачи текстового контента происходит не случайно, она является следствием того, как функционирует современный информационный мир и человеческая психика.

Характерной чертой сегодняшнего чтения текста с экрана является F-скроллинг. Человек читает начало, пытается разобраться о чём говорится в тексте, после переходит к началу последующих нескольких абзацев, потом пролистывает его полностью и пытается найти смысл, и само собой не находит. Подобные тексты кажутся вялыми и неинтересными человеку, так как есть другие более динамичные сервисы по производству контента, в результате само чтение становится фактически вытеснено.

Все это приводит нас к тому, что современного человека нет времени, чтобы думать. Он постоянно находится в сети, у него имеется неограниченное количество новостей: уведомления, мессенджеры, социальные сети и т.д. Время человека тратится на процесс организации интеллектуальной работы, а не на саму интеллектуальную работу. Например, мозг современного офисного сотрудника вообще не может сконцентрироваться на определённой задаче, т.к. для концентрации на задаче мозгу необходимо 23 минуты, а время появления новых задач занимает пару минут.

Таким образом, современный цифровой мир генерирует следующую картину для психики человека:

1. Упрощение знаний.
2. Отсутствие ощущения будущего.
3. Наличие рекомендательных сервисов, блокирующих интеллектуальную деятельность.
4. Избыток раздражителей, которые не дают сфокусироваться на определённой интеллектуальной задаче.

Однако, на мой взгляд, главным отрицательным следствием гиперпотребления информации является отсутствие построения сложных взаимоотношений между человеком и информацией, и между самими людьми. За долгие годы до построения интернета выстраивание отношений между людьми было весьма сложным интеллектуальным процессом. Чтобы найти соответствующую информацию или получить знания, необходимо было решать непростые задачи. Однако сейчас это не играет большой роли, поскольку большинство задач за нас решает интернет, что позволяет в принципе игнорировать других людей, рассматриваемых как ненужных для решения задач повседневной жизнедеятельности. Это привело к цифровой аутизации человека и значительному уменьшению социальных взаимодействий.

Список использованных источников:

1. Кандель, Э. *Расстроенная психика. Что рассказывает о нас необычный мозг.* / Э. Кандель. – М.: Corpus, 2018. – 380 с.
2. Bonnie Cramond, Deborah Bandalos. *A Report on the 40 Year Follow-Up of the Torrance Tests of Creative Thinking: Alive and Well in the New Millennium* / Cramond B., Bandalos D. – *Gifted Child Quarterly*. – 2005 – N 49(4) – 283-291 p.
3. *Цифровая зависимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tarkvanem.ee/ru/cifrovaja-mir/cifrovaja-zavisimost>. – Дата доступа: 26.03.2023*
4. А. Курпатов. *Информационная псевдодобильность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.brain-games.ru/blogs/avkurpatov/andrey-kurpatov-informatsionnaya-psevdodebilnost/> – Дата доступа: 28.03.2023*
5. Алехин А.Н., Грекова А.А. *Особенности формирования мышления в условиях цифровой среды* / А. Н. Алехин, А. А. Грекова – *Клиническая и специальная психология*– 2019 – Т. 8. №. 1. – с. 162–176