

## **ТРИВОЖНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВИР КОРОНАВІРУСУ: ЯК ЗДОЛАТИ?**

Пандемія коронавірусу суттєво змінила інформаційне поле в усьому світі, в якому сформувався тривожний інформаційний вир. Оголошений карантин і самоізоляція сприяють перерозподілу часу наших звичних побутових практик у бік збільшення споживання медіа - і в дорослих, і у дітей. Тому важливо розібратися з тим, як сьогодні впливи медіа змінюють наші емоційні стани і врешті психологічне благополуччя. Як можна протистояти зануренню в тривожний інформаційний вир коронавірусу?

Феномен тривожного інформаційного виру – це тенденція в інформаційному просторі, яка полягає у взаємозараженні медійної системи тривожними повідомленнями. Такі повідомлення швидко тиражуються і навіть смакуються, оскільки це інформація неодмінно привертає увагу людей. Прибутковість комерційних медіа, тобто здатність заробити на розміщеній рекламі, залежить від вимірної кількості глядачів. Тому інформація, яка викликає ефект «прилипання» чи «зависання» в мережі – це своєрідний клондайк, «золотий час» для медій. Чим більше тривожної інформації продукується, тим більше глядачів. Але відбувається також і звикання до негативної інформації як постійного подразника, тому, щоб заволодіти увагою глядача потрібно давати все більш і більш негативні, шокуючі і вражаючі повідомлення. Так формується інформаційний вир, який сам себе підтримує і поглиблює.

За останні роки ми пережили вже кілька таких інформаційних вирів, від яких не могли відірватися. Треба було постійно слідкувати за новинами, бо здавалося, якщо відволічешся, то пропустиш щось дуже, дуже важливе. Такий вир був сформований Майданом на межі 2013-2014 рр., захоплення

Криму зеленими чоловічками, війна на Донбасі. Попри наявний досвід опанування станів інформаційного перевантаження і медійної інтоксикації, сьогодні ми маємо новий виклик глобального масштабу, який фахівці Всесвітньої організації охорони здоров'я назвали інфодемією - шкідливою епідемією чуток, що породжуються під час спалахів інфекційних захворювань. У різноманітних медіа продукується вибухово величезна, надмірна для психіки людини кількість повідомлень, значна частина яких містить містифікації, недостовірну, або й свідомо хибну інформацію, що утруднює пошук справжні важливої і корисної.

Стривожена людина шукає інформацію, бо це природний механізм опанування тривоги. Чітка інформація про обсяг та тривалість загрози, способи її зменшення, алгоритми дій у разі настання ризику істотно зменшує тривогу і сприяє мобілізації на дії, необхідні для додання негараздів і небезпек. Проте звертаючись до медіа, людина часто отримує шквал зовсім інших повідомлень – таких, що підсилюють емоції, збурюють іще більше тривоги, заставляють «прилипати» до носія інформації у страху щось важливе пропустити. Стрес пандемії замість того, щоб мобілізувати, починає руйнувати захисні сили організму – «завдяки» інфодемії.

Як здолати тривожні інформаційні вири? Медіапсихологи пропонують три ключові принципи: доза; ціль, самовідчуття.

*Доза.* Ганна Мироненко (Абаніна) в книзі «Час віртуального життя» за результатами експериментальних вимірювань описала, як саме в результаті медіапрактик змінюється наш внутрішній психологічний годинник (можна знайти в електронній бібліотеці [mediaosvita.org.ua](http://mediaosvita.org.ua)). Перебування в контактi з екранними медіа понад 4 години на добу перетворює людину на «важкого споживача» і має негативні психологічні наслідки, оскільки вимагає суттєвого перерозподілу бюджету часу. Варто дозувати медіапрактики виходячи із загального бюджету часу, щоб вистачало на все потрібне. Якщо

важко зменшити дозу медіаконтакту, ви можете замінити його на міжособистісне спілкування – таким чином ви отримуєте всю важливу інформацію, вам розкажуть. Також варто «фільтрувати» і теми спілкування, щоб вони не обмежувалися лише темою коронавірусу, не оберталися в тому ж тривожному вирі. Це не значить замовчувати тривогу, чи відкидати саму реальність пандемії. Однак слід управляти тематикою розмови, розширювати її, тоді й тиск інформаційного виру буде зменшено.

**Ціль.** Перед зануренням у віртуальний простір інформаційних хвиль варто чітко сформулювати мету – для чого я звертаюся до медіа, що саме мені потрібно узнати, на яке запитання знайти відповідь. Таке підсилення раціонального компоненту психіки здатне зменшити емоційну вразливість. Надія Шишко в своєму дисертаційному дослідженні показала, що найбільше вадить психологічному благополуччю блукання в мережі без мети. Тоді інтернет перетворюється на пожирача часу, а людина перебуває в ілюзії суб'єктивного благополуччя через виникнення асиметрії сприймання. Людині здається, що все добре, що вона контролює ситуацію і діє за власним бажанням, а насправді вона потрапляє в зворотний зв'язок до алгоритмів соцмереж, які підкидують їй все новеньке і ніби цікавеньке, утримуючи на певних електронних ресурсах. Своім витраченим часом життя людина «годує» зростання потужності монетизації певних блогів, сайтів, компаній. Особливо гостро ця проблема постає в підлітковому віці. Як ми знаємо, підлітку не можна нав'язати правила, чим більше сила тиску, тим більший буде спротив (явний чи прихований). А от власним прикладом, створюючи загальний фон спільного режиму можна допомогти. Найкращим способом, зрозуміло, залишаються в цьому віці конвенції – укладання паритетних угод, в яких передається можливість допомоги підлітку без втрати його суб'єктності. Це в повній мірі стосується й інформаційної поведінки.

**Самовідчуття.** Перебування у тривожному інформаційному вирі є формою потокового стану, які давно вивчаються медіапсихологами. Потоків стани мають ефект анестезії, їх використовують дитячі стоматологи, включаючи улюблений мультік. Дитина переноситься в екранний світ і дещо втрачає гостроту відчуттів від власного тіла. При надмірно довгому перебуванні в контакті з медіа, тілесні сигнали ніби замовкають, стають менш доступними свідомості. По дитині це видно – вона як грудочка сидить перед екраном і не рухається, переживає за персонажів, може пропустити обід – їсти не хочеться, може і до туалету не добігти. Тут дорослі виконують функцію регулятора. У старших дітей потокові стани теж є, але проявляються більше в емоційній сфері. Дорослі також, захоплюючись інформаційним виром, можуть втрачати чутливість до своїх емоційних станів та потреб. А нерегульована тривога з часом може перетворитися на панічну атаку. Тому, слідкуючи за інформаційним потоком, варто залишати частину свідомості вільною для спостереження за власним самопочуттям. Якщо ви відчуваєте погіршення настрою, збільшення тривоги, виснаження, це важливий сигнал - треба зменшити дозу інформації!

Основою медіаграмотності сьогодні має бути не лише вміння визначити достовірне джерело, розпізнати фейк (підробку), перевірити факти і відділити їх від суджень, відслідковувати логіку повідомлення в контексті, впізнавати і нівелювати маніпуляції. Головне призначення медіаграмотності в часи інфодемії – це зберігати психологічне благополуччя. Людина має навчитися керувати своїми медіапрактиками так, щоб перетворювати їх на ресурси покращення свого здоров'я.

Медіаімунітет стає реальною частиною імунітету організму. Регульовані медіапрактики мають допомагати нам вгамовувати стрес, створювати нові можливості і смисли, розвивати і згуртовувати на гідні справи.

