

2. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 130 с.
3. Абрамов Р. Н., Кожанов А. А. Концептуализация феномена Popular Science: модели взаимодействия науки, общества и медиа // Социология науки и технологий. 2015. Т. 6. № 2. С. 45–59.

МЕДИАГИГИЕНА И ПРОФИЛАКТИКА ЦИФРОВОЙ ЗАВИСИМОСТИ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕШЕНИЯ

Д. А. Горский

*Московский гуманитарный университет,
ул. Юности, 5, 111395, г. Москва, Россия,
dgorskiy@mosgu.ru*

Актуальность данной статьи обусловлена прогрессирующим ростом медиапотребления и связанного с ним использования цифровых устройств, которые порождают определённые проблемы для личности и общества. Выявление содержания этих проблем и поиск возможных способов их преодоления на современном этапе развития медиа является важной составляющей медиаисследований. В статье проведен обзор основных проблем, порождаемых избыточным медиапотреблением и цифровой зависимостью, в том числе у детей и подростков, намечены пути их снижения в контексте взаимодействия власти, гражданского общества, бизнеса и граждан.

Ключевые слова: медиапотребление; медиагигиена; медиаграмотность; медиаконтент; цифровой детокс; цифровой минимализм; цифровая зависимость.

MEDIA HYGIENE AND PREVENTION OF DIGITAL DEPENDENCE: KEY PROBLEMS AND POSSIBLE DIRECTIONS OF SOLUTION

D. A. Gorskii

*Moscow University of the Humanities,
5, Yunosti Str., 111395, Moscow, Russia
Corresponding author: D. A. Gorskii (dgorskiy@mosgu.ru)*

The progressive growth of media consumption and the associated use of digital devices poses certain problems for the individual and society. The

identification of the content of these problems and the search for possible ways to overcome them at the present stage of media development is an important component of media research. The article provides an overview of the main problems generated by excessive media consumption and digital dependence, including among children and adolescents, outlines ways to reduce them in the context of interaction between the authorities, civil society, business and citizens.

Key words: media consumption; media hygiene; media literacy; media content; digital detox; digital minimalism; digital dependency.

Потребление медиаконтента во всем мире растет стремительными темпами. Все больше людей слушают, читают, просматривают, комментируют, размещают или каким-либо иным образом взаимодействуют с материалами медиа в качестве потребителей или создателей контента. Исследования показывают, что в настоящее время наблюдается самый настоящий «пик» потребления контента и связанного с ним «времяпровождения» в интернете. Так, взрослые жители США взаимодействуют с медиаконтентом в среднем 6 часов 42 минуты в день, Бразилии – 9 часов 17 минут, России – 7 часов 17 минут, что выше среднемирового значения (6 часов 43 минуты) [1]. Очевидно, что такая высокая степень сетевого проникновения и взаимодействия с медиаконтентом стала возможной благодаря быстрому развитию информационно-коммуникационных технологий, их широкому распространению и доступности для массового использования. Например, доступ к интернету домашних хозяйств в США составляет 84 %, в России – 77 %, а в Японии – 99 %. Использование смартфонов населением для выхода в интернет вне дома или работы в США в 2018 г. составило 47 %, в России – 65 %, а в Японии – 39 % от общей численности населения в возрасте 15–74 лет [2].

В этих условиях актуальной становится проблема исследования влияния такого «массивного» медиапотребления на индивидов, отдельные социальные группы и общество в целом. Несомненно, современные медiateхнологии имеют большое значение для государственного управления, политики, экономики, бизнеса, некоммерческого сектора, науки, системы образования и иных важных сфер общественной жизни. Благодаря им граждане могут быстро получать необходимую информацию от органов государственной власти, компании – использовать возможности персонализированного маркетинга, ученые – обмениваться своими открытиями с коллегами из разных стран мира, власть – доносить до граждан основные идеи и философию своего функционирования. Вместе с тем, избыточное медиапотребление, в рамках которого люди

практически не расстаются со своими гаджетами и находятся в автоматическом режиме «всегда на связи», приводит к цифровой зависимости. Как и любая другая, цифровая зависимость создает для индивидов и социальных групп серьезные проблемы, требующие своего учета и адекватного реагирования.

Исследования показывают, что цифровая зависимость порождает ослабление продуктивных социальных связей, снижает производительность труда и работоспособность сотрудников, приводит к снижению когнитивных способностей, вызывает хронический стресс, ухудшает навыки социального взаимодействия, особенно у детей и подростков [3, 4, 5]. Некоторые исследователи считают, что цифровая зависимость имеет психофизиологическую основу, а гаджеты действуют на человека подобно своеобразному цифровому наркотику [6].

Особенно серьезные негативные последствия влияния цифровой зависимости наблюдаются у детей подростков. Показательные данные о влиянии смартфонов на американских детей приводит Дж. Твендж, которая более 25 лет изучает разницу между поколениями. По ее мнению, гаджеты кардинально поменяли практически все аспекты жизни современных подростков по сравнению с представителями тех поколений, которые были не так массово ими вооружены. В подростковой среде выросли показатели депрессии и суицидов, но упала предрасположенность к вступлению в романтические отношения, дети стали более инфантильными и предпочитают общение в социальных сетях личным встречам с друзьями, у них вырос уровень неудовлетворенности жизнью и субъективного ощущения неблагополучия [5].

Говоря о проблемах цифровой зависимости важно обратить внимание не только на то, сколько времени индивиды проводят в интернете, но и на то, что именно они там делают, с каким именно контентом взаимодействуют. Россияне предпочитают проводить время в социальных сетях (78 % от численности населения в возрасте 15–74 лет, использующего интернет), играть в сетевые игры или скачивать их (30 %), читать онлайн или скачивать газеты, журналы или электронные игры (23 %). Однако использование интернета для дистанционного обучения предпочитает только 3 % россиян, тогда как, например, в Эстонии 13 %, в Швеции 18 %, а в США 20 % [2].

Очевидно, что контент, который предпочитают в большинстве своем россияне, не способствует формированию и развитию у них цифровых компетенций. Умение пользоваться современными цифровыми технологиями – важная «мягкая» компетенция (soft skills), необходимая в совре-

менной экономике, и гипотетически, чем больше индивид пользуется гаджетами и потребляет медиаконтент, тем сильнее у него должны быть развиты цифровые компетенции. Однако исследования показывают, что не существует прямой зависимости формирования и развития цифровых компетенций от времени нахождения человека в сети и пользования гаджетами. Несмотря на то, что россияне по времени, проводимом в интернете, занимают 15-е место в мире, их цифровые компетенции развиты не так хорошо, как у стран, жители которых проводят в интернете меньше времени. Например, навыками использования программ для редактирования фото-, видео- и аудиофайлов обладает 21 % жителей России в возрасте от 15 лет, тогда как в Великобритании этот показатель составляет 50 %, в ФРГ – 46 %, а в Эстонии – 36 %. Уверенно работать с электронными таблицами могут 21 % россиян, 49 % британцев, 40 % немцев и 43 % эстонцев [2].

Таким образом, цифровая зависимость и непродуктивное медиапотребление являются важными вызовами для современного общества и требуют своего решения. На наш взгляд, подобного рода решение должно быть комплексным и сочетать в себе усилия таких акторов как власть, гражданское общество, бизнес в лице производителей цифровых устройств и контента, а также индивидов. Говоря о действиях власти, стоит особо подчеркнуть, что речь не идет о тотальной запретительной политике в отношении конкретного контента или использования гаджетов, например, в учебных заведениях. И хотя периодически подобные идеи вбрасываются в публичное пространство, все же они остаются на периферии общественной дискуссии, являясь, по своей сути, маргинальными. Исследования показывают, что запреты подобного рода могут выглядеть привлекательными, однако без объединения усилий ответственных акторов и использования других способов не будут эффективными. Кроме того, цифровые устройства и интернет стали неотъемлемой частью жизни современного человека и, очевидно, их роль будет только возрастать.

К. Бэррон совместно со своими коллегами предлагают трехкомпонентный подход к преодолению цифровой зависимости: повышение цифровой грамотности населения с помощью специализированных государственных программ; формулирование и широкое распространение простых и понятных для большинства принципов цифровой гигиены; создание системы маркировки цифровых продуктов, позволяющей потребителям знать о возможных последствиях использования того или иного медиаконтента [7]. Указанные меры, принимаемые на государ-

ственном уровне, несомненно, имеют большое значение и, в случае их внедрения, могут выступать в качестве инструментов гигиены медиапотребления и снижения цифровой зависимости.

Повысить эффективность усилий органов власти в данной сфере могут и представители гражданского общества, в том числе за счет средств грантовой поддержки от федеральных, региональных и муниципальных властей, а также социально ответственного бизнеса, осознающего значимость данной проблемы на уровне общества.

Не менее важное значение имеют и способы снижения цифровой зависимости, которые могут использовать сами индивиды в своей повседневной жизни. Психологи выработали целый комплекс простых в использовании и доступных каждому инструментов снижения информационной нагрузки с помощью так называемого «цифрового детокса» – элементов ограничения времени использования цифровых устройств. Например, самозапрет на использование гаджетов в течение определенного времени, с постепенным увеличением этого времени; «отписка» от ненужных интернет рассылок; ограничение времени нахождения в социальных сетях; проверка почты в строго определенное время и другое.

Не менее продуктивной стратегией снижения цифровой зависимости является предложенная К. Ньюпортом своеобразная альтернатива цифровому детоксу – цифровой минимализм, своего рода «цифровая уборка», в рамках которой человек добровольно отказывается от использования необязательных технологий в течение 30 дней, уделяя внимание тому, что действительно важно, а по окончании данного периода времени постепенно возвращает эти технологии в оборот, пытаясь осознать их действительную ценность и то, как их разумно использовать в дальнейшем, оставляя себя время на то, чтобы использовать его на реализацию более значимых личных целей. Важно подчеркнуть, что в основе идеи цифрового минимализма лежит не отказ от гаджетов, а критический анализ тех преимуществ и недостатков, которые они имеют [8].

Наиболее проблемным актором, способным внести свой вклад в снижение цифровой зависимости, хотя не менее (а в некотором смысле даже более) важным, чем три остальных – власть, гражданское общество и граждане – является бизнес. Очевидно, что компании, занимающиеся производством цифровых устройств, созданием контента и предоставлением доступа в интернет крайне заинтересованы, чтобы потребители, напротив, всегда были в режиме «доступа». Однако не-

которые законодательные решения, влияние гражданского общества и повышение общей медиаграмотности населения в конечном итоге будут способствовать повышению социальной ответственности данных компаний и вовлечению их в процесс профилактики медиапотребления и снижения цифровой зависимости. Первые шаги на этом пути уже реализуются. Так, *Apple* выпустил приложение, позволяющее отслеживать время использования персональных устройств, а *Facebook* анонсировал и начал предпринимать некоторые меры по фильтрации вредного контента.

Проблема избыточного и непродуктивного медиапотребления имеет важное значение для жизни современного человека и общества в целом. Зависимость от цифровых устройств оказывает негативное влияние на когнитивную и эмоциональную сферы личности, ведет к хроническим стрессам, обедняет социальную жизнь людей и делает их несчастными. В этих условиях важное значение имеют повышение медиаграмотности, снижение цифровой зависимости и гигиена медиапотребления. Добиться этого можно только объединив усилия власти, бизнеса, гражданского общества и самих медиапотребителей.

Библиографические ссылки

1. Digital in 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial-net.s3.amazonaws.com/> (дата обращения 17.02. 2020).
2. Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : НИУ ВШЭ, 2020. 112 с.
3. *Kapp H.* Пустышка. Что Интернет делает с нашими мозгами. М. : BestBusinessBooks, 2012. 256 с.
4. *Kardaras N.* Glow Kids: How Screen Addiction Is Hijacking Our Kids – and How to Break the Trance. New York, NY : St. Martin's Press, 2016.
5. *Twenge J. M.* iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us. New York, NY : Atria Books, 2017.
6. *Кальбитцер Я.* Цифровая паранойя. Оставайтесь онлайн, не теряя рассудка. Минск : Дискурс, 2018. 192 с.
7. *Бэррон К., Меле Н., Московиц М. Ф.* Больные, несчастные и глупые: как спасти людей от избыточного медиапотребления. [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/794860> (дата обращения 17.02. 2020).
8. *Ньюпорт К.* Цифровой минимализм. Фокус и осознанность в шумном мире. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2019. 240 с.