Юлия Валентиновна Андреева

Казанский федеральный университет

andreevsemen@mail.ru

**Управление информационным стрессом и подбор стратегий медиапотребления в ситуации нестабильности**

В VUCA-мире произошли знаковые перемены. Наиболее значимые доминанты реальности: неопределенность среды, информационный стресс, переход к новому стилю коммуникаций. Человечество учатся быть эффективным в ситуации неопределённости: управлять цифровым миром, нарабатывая стратегии противостояния информационному стрессу.

Ключевые слова: стратегии медиапотребления, нестабильность, нформационный стресс.

Человечество учится жить в мире, где неопределенность – характеристика среды обитания. Сегодня многие научные исследования посвящены изучению природы явлений в ситуации нового VUCA-мира (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity). Нестабильность характерна отсутствием привычных причинно-следственных связей. Первые исследования неопределенности начались в прошлом веке в мире финансовой аналитики. Экономист 1960-х годов Фрэнк Найт, характеризуя данное явление, писал, что это «информационная асимметрия в количественной вероятности будущего» [1]. Финансовый аналитик и философ Насим Талеб полагает, что возникновение новой ситуации, приводит к формированию новых паттернов и стратегий, которые тут же становятся стереотипными [2].

В условиях нестабильности важным фактором выживания и эффективности становится доступ к эксклюзивной, оперативной, достоверной информации. Человек в новой информационной среде оттачивает свои информационные компетенции, моделирует инвариантную стратегию управления средой.

В Высшей школе журналистики Казанского Федерального университета в ходе социально-психологического эксперимента было выявлено несколько общих (инвариантных) стратегий серфинга информационного потока. Наблюдая за стратегиями медиапотребления, мы пришли описанию следующих стереотипных действий:

1. **Медиасерфинг** характеризуется как слабо контролируемое личностью, как почти трансовое состояние. Опросы студентов показали, что в ситуации сетевого серфинга они хуже чувствуют границы тела, хуже ориентируется во времени (теряют счет времени), работают на ресурсах кратковременной памяти, быстро забывая, на каких интернет-страницах были и что на них просматривали. Состояние погружения в медиасреду можно соотнести с психоэмоциональным состоянием, описанным М. Чиксентмихайи как «творческий поток». Важно, что в этом состоянии человек может длительно воспринимать различную по стилю и уровню когнитивной сложности информацию. В ситуации серфинга современный студент проводит в среднем 6–8 часов в день.
2. **Задачное потребление** – погружение в информационную стихию с заведомо понятным и определенным запросом на новые знания. Задачное потребление вызывает тревогу, чувство «ограниченного времени» и иные негативные эффекты. В среднем в этой стратегии современный студент проводит около 2–3 часов.
3. **Ориентация в пространстве и времени** позволяет ориентироваться в среде, уточняя цели действий. В этой медиавключенности идет сбор данных, возможно и планирование времени. Это консультация с цифровым помощником для уточнения своего положения в мире вещей и данных. Среднее время поиска «себя в мире» – около 1–2 часов в сутки.

Три стратегии медиапотребления – это функции, которые должны быть в современных СМИ: пространство для «серфинга», увлекательные задачи, которые погружают зрителя в информационный поток, и поиск структурированной ориентирующей информации. Современный человек ищет и обретает новые навыки адаптации к ситуации нестабильности, учится управлять информационным полем, исследуя новое и различное в стиле подачи контента, в новостных посылах, имеющих также неоднородную и множественную структуру (идеология, фактура, оценки, мнения). Стоит также учитывать особенности личности с точки зрения гендера, возраста и индивидуальных черт: типологических особенностей, темперамента, личного опыта, который также влияет на переносимость информационного стресса и на выбор стратегий медиапотребления. Для того чтобы эффективно противостоять информационному стрессу и быть успешным в нестабильном мире, нужно исследовать новые стратегии медиапотребления, познания мира.

Литература

1. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль. М.: Дело, 2003.
2. Талеб Н. Н. Чёрный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: Колибри, 2009.
3. Чикесентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания. М.: Альпина нон-фикшн, 2011.