

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ПЕРЕВАНТАЖЕННЯ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ РАКУРС

*Грабовська Софія Леонідівна<sup>1</sup>, Мусаковська Олена Михайлівна<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Кандидат філософських наук, професор, завідувач кафедри психології, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4256-1191>

<sup>2</sup>Аспірант кафедри психології, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3036-9565>

UDC: 159.95

### АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено теоретичному аналізу закордонних та вітчизняних досліджень проблеми перевантаження людської психіки великими обсягами інформації в умовах сучасного інформаційного суспільства. Серед різноманітних синонімічно схожих наукових понять обґрунтовано використання у психології категорії «інформаційне перевантаження». У зв'язку з мультисенсорним сприйняттям медіаспоживачем сучасних джерел інформації встановлено важливість процесів кодування адресантом та декодування адресатом інформаційного повідомлення; визначено місце інформаційного перевантаження у процесі медіаперцептивної комунікації. Зміст та природа інформаційного перевантаження як психологічного феномену розкриті у вимірі виділених чотирьох підходів: когнітивного (функціональних обмежень пізнавальних процесів), біхевіорального (труднощів у якісному прийнятті рішень), емоційно-мотиваційного (інформаційного стресу) та компетентнісного (несформованості медіаграмотності).

**Ключові слова:** інформаційне перевантаження, психічне перевантаження, інформація, медіакомунікаційний простір, інформаційне суспільство.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасного інформаційного суспільства збільшення кількості джерел інформації в офлайн та онлайн режимах спричинив інформаційний вибух зі зростанням у геометричній прогресії щодня кілобайтів даних. Нинішню людину можна вповні назвати Homo informaticus, оскільки доступ до інформації для неї перетворюється у базову потребу, спрямованість на пошук і привласнення інформації стає однією з провідних особистісних характеристик. Соціальна необхідність отримання значущої інформації актуалізує в індивіда наявні пізнавальні потреби та забезпечує формування нових пізнавальних потреб та інтересів. Відносна доступність та різноманітність інформаційних ресурсів, каналів інформації де-юре

мала б сприяти продуктивній пізнавальній діяльності, але де-факто спричиняє труднощі у нормальному перебігу пізнавальної активності та її результативності.

Провідними джерелами інформації про стан справ в Україні та світі для українських споживачів станом на 2019 рік були телебачення (загальнонаціональні канали) та українські інтернет-ЗМІ, соціальні мережі (Детектор медіа, 2019). За даними дослідження української аудиторії соцмереж комунікаційним агентством PlusOne, кількість українських користувачів у соцмережі Instagram в 2019 році збільшилася на 4,5% – до 11,5 млн (майже 11 млн у 2018 році), кількість користувачів Facebook – на 7,7%, до 14 млн. За жовтень-грудень 2019 року, січень 2020 року

Address for correspondence, e-mail: [editpsychas@gmail.com](mailto:editpsychas@gmail.com)  
Copyright: © *Sophia Grabovska, Olena Musakovska*

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

аудиторія Facebook Messenger в Україні збільшилася на 1,5 млн користувачів – до 8,7 млн. Цікаво, що особливо активно користуються соцмережами в Україні жінки: Україна посідає друге місце у світі за кількістю жінок-користувачів Facebook і входить у ТОП-10 країн за кількістю користувачок Instagram (PlusOne, 2020).

Відтак розвиток інформаційно-комунікаційних технологій в Україні створив умови мультисенсорного сприйняття водночас релевантної інформації (змістовного повідомлення) та різноманітного інформаційного шуму (реклами, фейкових новин, іррелевантних даних); активний перехід користувачів смартфонів на використання соцмереж через мобільні додатки спричинив перебування українців під постійним впливом різних інформаційних полів, що часто спричиняє перевантаження психіки користувачів великими обсягами інформації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інформаційне перевантаження активно досліджується зарубіжними науковцями протягом останніх років у декількох площинах:

*індивідуальні особливості* – культуральна своєрідність та особливості темпераменту і характеру споживачів інформації (Haase, Jome, Ferreira, Santos, Conpacher & Sendrowitz, 2014), вікові особливості (Benselin & Ragsdell, 2015), їхні соціально-демографічні характеристики (Ji, Q., Ha, L., & Sypher, U., 2014), особливості прийняття рішень споживачами інформації (Zhang, Wu, & Mattila, 2016);

*соціальна площина* – в комунікативних процесах: взаємодії в соціальній інтернет-мережі (Chen & Lee, 2013), медіаспоживанні новин (York, 2013; Schmitt, Debbelt & Schneider, 2017); користуванні смартфонами (Lee, Chang, Lin, & Cheng, 2014; Feng & Agosto, 2017; Kneidinger-Müller, 2017; Batista & Marques, 2018);

*інституціональний (організаційний) контекст* – застосування ефективних копінг-стратегії у протидії перевантаженню (Saxena & Lamest, 2018), особливості управлінської діяльності менеджерів у зменшенні впливу інформаційного перевантаження (Chapman, Reiter, White & Williams, 2019).

Серед невеликої кількості українських розвідок, що опосередковано досліджують цей феномен, можна назвати публікації науковців лабораторії психо-

логії масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України, присвячені формуванню медіаграмотності українських медіаспоживачів (Найдьонова, Череповська, 2014). Вітчизняні науковці інформаційне перевантаження досліджують у таких тематичних контекстах, як взаємодія сім'ї з інформаційним простором (Вознесенська, 2010), особливості представлення інформації в різних репрезентативних системах (Зуєв, 2010), у вимірі медіаперцептивної комунікації як психологічний ризик крізь призму нового багатовимірного поля внутрішнього життя людини у площині віртуального медіавізуального простору (Череповська, 2013). Така поліваріативність тематики зарубіжних та вітчизняних досліджень потребує систематизації та уніфікації розуміння, оскільки сам термін «інформаційне перевантаження» потребує чіткого окреслення та визначення.

**Метою статті** є розкриття змісту та природи інформаційного перевантаження як психологічного феномену.

**Теоретико-методологічна основа дослідження.** В інформаційному суспільстві головною умовою успішності людини і соціуму стає знання, здобуте в результаті безперешкодного доступу до інформації та вміння усвідомлено її опрацювати та ефективно застосовувати. Для окреслення собистості в інформаційному доквіллі ефективний суб'єкт-вчинковий підхід, де особистість трактують як творця власного життя, активного самодетермінованого самодостатнього суб'єкта (В. Татенко, 2017). Людина створила віртуальний світ і почала ставитися до нього як до іншого суб'єкта комунікації, більшою або меншою мірою істотно наблизилася до нової, іншої форми свого існування у багатоваріантній системі інформаційних потоків – медіаперцептивної комунікації (Череповська, 2013). Для визначення змісту та природи феномену інформаційного перевантаження можна скористатися моделлю комунікації Шеннона-Вівера (Shannon, 1949; Businesstopia, 2018), теорією кодування/декодування Холла (Hall, 1980) та концепцією ієрархічного розрізнення «дані-інформація-знання» (Труфанова, 2019).

**Методи дослідження.** Задля досягнення мети використано систему загальнонаукових методів: аналіз та синтез основних положень науково-дослідницьких джерел з проблематики дослідження, осмислення, уза-

гальнення та систематизація наукових даних щодо концептуальних положень трактування інформаційного перевантаження та його соціально-психологічної природи.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «інформаційне перевантаження» застосовують в різних наукових галузях. Вперше цей термін застосував американський соціолог Бертрам Гросс, який позначив ним стан, коли вхід інформації в будь-яку систему перевищує можливості її обробки (Gross, 1964). Футуролог Елвін Тоффлер в книзі «Шок майбутнього» визначає інформаційне перевантаження як одну з провідних проблем інформаційного суспільства та описує як «дистрес, одночасно фізіологічний та психологічний, що виникає внаслідок перевантаження фізіологічних адаптивних систем людського організму та стає причиною порушення в процесах прийняття рішення» (Toffler, 1970: 326).

В англійських наукових дослідженнях другої половини XX ст. – початку XXI ст. концепт «інформаційне перевантаження» вживають поряд з такими термінами, як «когнітивне перевантаження» – *cognitive overload* (Vollmann, 1991; Kirsch 2000), «сенсорне перевантаження» – *sensory overload* (Lipowski, 1975), «перевантаження знаннями» – *knowledge overload* (Hunt & Newman, 1997), «синдром інформаційної втоми» – *information fatigue syndrome* (Wurman, Leifer, Sume, & Whitehouse, 2001), «когнітивне інформаційне навантаження» – *information load*, «інформаційна пересиченість» – *information glut* (Shenk, 1997), «когнітивне навантаження» – *cognitive load* (as cited in Roetzel, 2018).

Варто звернути увагу, що часто ці поняття ототожнюються дослідниками, проте вони мають дещо різне смислове навантаження і потребують розмежування. Зокрема, в електронному словнику АПА визначено поняття «*information overload*» (інформаційне перевантаження), як стан, який виникає, коли кількість або швидкість надходження інформації перевищує потенційну здатність людини до її обробки, що призводить до тривоги та труднощів у прийнятті рішень (APA vocabulary, 2020).

Відтак термін «інформаційне перевантаження» змістовно відображає дві істотні ознаки – «що спричи-

нило стан напруги» (інформація) та «який психічний стан у результаті як реакція-відповідь» (перевантаження). Інформаційний вплив в цьому контексті представлений закодованою частиною інформаційного поля ініціатора (адресанта) та сформованим ним новим смисловим полем повідомлення. В ієрархії «дані-інформація-знання» Н. Труфанова виокремлює інформацію з масиву даних як змістовне повідомлення, що є лише потенційним знанням (Trufanova, 2019). Тобто не будь-який інформаційний потік здатен спричинити інформаційне перевантаження адресата, але кожне інформаційне перевантаження є результатом неадекватного декодування певного інформаційного повідомлення. Суб'єкт пропускає через внутрішній інформаційний простір наявний інформаційний потік, інтерпретує повідомлення, надаючи йому особистого сенсу, суб'єктивного значення, включаючи його у власний досвід. Коли суб'єкт перебуває в стані інформаційного перевантаження, відбувається психічне захисне блокування якісної глибокої інтелектуальної обробки будь-якої інформації в інформаційному просторі індивіда, що перешкоджає формуванню психічного новоутворення – знання.

Як влучно зазначає Хартог, інформаційне перевантаження – це концепт, який об'єднує зовнішню та внутрішню реальності: надлишок інформації з психологічною реакцією суб'єктивного відчуття переповненості (Hartog, 2017: 46). Бавден і Робінсон акцентують увагу на двох вимірах – об'єктивних інформаційних характеристиках (кількості, різноманітності, складності та новизни інформації) та особистісних факторах – суб'єктивній реакції особи на рівні певних індивідуальних відмінностей (Bawden & Robinson, 2020: 14).

Девід Кірш ототожнює інформаційне перевантаження з когнітивним, яке трактує в контексті перевищення допустимого рівня когнітивного навантаження, що виникає у результаті занадто великої кількості інформації («pushed» як такої, що надходить, «pulled» – результат пізнавальної пошукової активності), занадто великого попиту на неї, потреби вирішувати багато робочих задач та особливостей організації робочого місця (Kirsch, 2000). На думку Збігнева Єжи Ліповського, поняття інформаційного та сенсорного перевантаження не різко розмежовані та перетинаються. Він

стверджує, що інформаційне перевантаження – це категорія психосоціального стресу, спричиненого надлишком символічних стимулів відносно здатності людини до обробки, тоді як сенсорне перевантаження – стан, що виникає у відповідь на інтенсивне мультисенсорне стимулювання (Lipowski, 1975: 201, 219). Відтак, на нашу думку, поняття *когнітивне перевантаження*, у результаті занадто високого рівня *когнітивної навантаженості* у руслі пізнавальної діяльності, та *сенсорне перевантаження*, як результат мультимодальності стимуляції, описують зміст поняття «інформаційне перевантаження» та є його окремими аспектами, тому щоб уникнути можливої підміни понять, їх не варто ототожнювати.

*Когнітивне інформаційне навантаження* можна визначити як кількість інформації, що надходить і визначає суб'єктивний рівень потенційної можливості якісної інтелектуальної обробки, перевищення меж якої спричиняє інформаційне перевантаження.

Девід Шенк розглядає *інформаційну пересиченість* в умовах інформаційного смогу («data smog»), як такого, що створює образ браку ясності й точності сприйняття того, що взагалі є в наявному інформаційному просторі. Автор зосереджує увагу більше на особливостях масивів інформації, її різноманітності та складності, аніж на стані перевантаження (Shenk, 1997).

Варто розмежувати поняття «інформація» та «знання». Знання зазвичай визначають як перевірений на практиці результат пізнавальної діяльності людини. Підкреслимо, що знання мають особистісний сенс, це те що «зроблено своїм», привласнено особистістю, є її капіталом і ресурсом. А інформація – радше зовнішній набір даних, «чужі знання», які можуть бути засвоєні або відкинуті конкретним індивідом. Оскільки стан інформаційного перевантаження блокує процес перетворення отриманої інформації в особисте знання, словосполучення *перевантаження знаннями* видається нам досить суперечливим за значенням та змістом поняттям.

Важливо, що через проблему перевантаження інформацією в 1996 році в науковий обіг було введено новий термін, який описує виснажливий характер стану – *синдром інформаційної втоми*. Симптомами цього синдрому є «параліч аналітичного потенціалу, постійні

пошуки отримання додаткової інформації, підвищена тривожність та безсоння, а також посилення сумнівів у прийнятті рішень» (as cited in Goulding, 2001). Тобто інформаційне перевантаження у цьому трактуванні є причиною деструктивних змін в психічному здоров'ї, відповідно синдром інформаційної втоми – наслідок тривалого інформаційного перевантаження.

Власне інформаційне перевантаження видається категорією, що найбільш цілісно, всебічно та повно окреслює відповідний психологічний феномен.

Щоб визначити поняття «інформаційне перевантаження» спробуємо застосувати систему підходів: *когнітивний, біхевіоральний, емоційно-мотиваційний та компетентнісний*.

В *когнітивному підході* інформаційне перевантаження представлено як проблема мультисенсорного сприймання в контексті активної пізнавальної діяльності у зв'язку з обмеженими функціональними властивостями пізнавальних процесів та особливостей реалізації пізнавального стилю індивіда. В умовах медіаспоживання сприймання сучасних джерел інформації, зокрема вихід користувачами смартфонів у мережу Інтернет, на чуттєво-сенсорному рівні передбачає синтез відчуттів кількох модальностей: зорових (графічна і текстова інформація), слухових (звукові сигнали) і тактильних (проведення пучками пальців по екрану).

У розрізі досліджень особливостей пізнавальних процесів виявлено, що інформаційне перевантаження пов'язане з функціонально обмеженими можливостями пізнавальної сфери, а саме з когнітивними обмеженнями щодо зберігання, обробки та пошуку інформації (Eppler & Mengis, 2004; Miller, 1956, 1962; Thorson, Reeves, & Schleuder, 1985), з обмеженими властивостями пам'яті, уваги (Jackson, 2009; Клингберг, 2010) та впливом на якісний перебіг мисленнєвих операцій, зокрема як наслідок – неглибокої обробки інформації (Carr, 2011). Відтак проблема інформаційного перевантаження постає неминучою дійсністю для кожного індивіда, яка з часом буде лише посилюватись, оскільки кількість інформації збільшується, а ресурси людських функціональних систем з фізіологічної точки зору залишаються незмінними, тому важлива своєчасна адаптація організму до мінливих умов інформаційного суспільства.

Пізнавальна діяльність суб'єкта в сучасних умовах медіакомунікації розглядається нами як динамічний процес передачі інформаційного повідомлення від адресанта до адресата, шляхом кодування та декодування певного змісту із забезпеченням зворотнього зв'язку (наприклад, коментування адресатом постів адресанта у соціальних мережах і навпаки). Попередньо у процесі декодування важливим етапом є когнітивне фільтрування інформації, що надходить, на її відповідність певному запиту, оскільки у більшості вона представлена водночас релевантними та ірелевантними інформаційними повідомленнями, що змушує людину витратити більше особистісних ресурсів. Крос-лінгвістичні дослідження останніх років стверджують, що людина здатна декодувати текст зі швидкістю в середньому 39 біт на секунду (Couré, Oh, Dediu & Pellegrino, 2019).

У контексті пізнавальної психічної діяльності важливо, що наявний в мережі в стрічці новин контент представлений водночас на рівні словесно-мовному (текстові матеріали постів, новин, повідомлень в соціальних мережах) та візуально-просторовому (графічні матеріали – фото, малюнки, відео тощо), також можливе додавання звукового супроводу (мовлення, музика). Складаються умови для мультисенсорного сприймання, яке потребує максимальної концентрації уваги, коли людина проводить цілеспрямований пошук, активно переносить свою увагу з одного об'єкта на інший. Увага не лише концентрується на певній інформації, а й має бути максимально стійкою, вибірковою, чітко виокремлювати «фігуру і тло», особливо тоді, коли зненацька на екрані з'являються нерелевантні повідомлення (реклама, спам). Загалом щодо цього існує ризик беззмістовного блукання кіберпростором з втратою відчуття часу та забуванням мети власної активності.

Зрозуміло, що не лише властивості уваги задіяні у цьому процесі. Постійна плінність та надходження нової інформації у віртуальному просторі спричинює труднощі у роботі пам'яті суб'єктів, оскільки обмеженість обсягу короткотривалої пам'яті призводить до досить активного витіснення та інтерференції інформації. Як згадувалось раніше, інформаційне перевантаження стає бар'єром у переході інформації на новий рівень – в усвідомлене, засвоєне, привласнене особою знання. Окрім того, науково-технічний прогрес та ство-

рення кіберпростору з величезними обсягами зовнішніх носіїв пам'яті зменшило необхідність запам'ятовування важливої інформації, відтак люди стали менше тренувати та розвивати власну пам'ять, не покладаються на неї, вважають це зайвим клопотом. Інформаційне перевантаження провокує розвиток «клікового» мислення, яке характеризується поверхневою обробкою інформації, зосередженістю на гнучкості, швидкості та широті охоплення об'єктів у процесі мислення. Критичне осмислення, здатність аналізувати та знаходити суттєве стає зайвим, не застосовується. Як відомо, уміння та навички формуються лише за допомогою тренування, а якщо були сформовані і не застосовуються, мають здатність зникати. Можна припустити, що інформаційне перевантаження є одним з бар'єрів формування та розвитку розумових операцій у дітей та підлітків (що, звичайно, потребує спеціального дослідження).

В психологічному ракурсі *біхевіорального* підходу інформаційне перевантаження трактується як спосіб маніпулювання масовою свідомістю та інструмент моделювання поведінки споживачів, зокрема у процесі прийняття ними рішень (Zhang, Wu, & Mattila, 2016). Тобто медіаспоживач в цьому контексті постає не активним суб'єктом, а власне пасивним об'єктом психологічного впливу, поведінку якого можна змінити у потрібному напрямку, шляхом перевантаження психіки інформацією та створення відповідних умов прийняття рішень, які б заловольнили маніпулятора. Тому активним суб'єктом тут виступає саме адресант, який створює інформаційне повідомлення так, щоб забезпечити відповідний його меті та задуму ефект.

У цьому розумінні важлива роль належить якості впливу, кількісним та якісним характеристикам інформації, сукупність яких дасть змогу здійснити ефективний психологічний вплив на пасивного об'єкта, тобто викликати стан інформаційного перевантаження, обмежити можливості раціонально діяти та критично мислити. Зокрема, дослідження показали, що у зв'язку між кількістю представленої нової інформації та прийняттям суб'єктом рішення щодо неї існує певна слабка ланка: додавання інформації поза певну кількість призводить до перевантаження та зниження якості рішень (Chewning & Harrell, 1990; Jones & Kelly, 2018).

На думку А. Манойло, інформаційне переван-

таження є одним з інструментів маніпулювання, що передбачає повідомлення величезної кількості інформації, основну частину якої становлять різноманітні інформаційні шуми – абстрактні міркування, непотрібні подробиці, різні дрібниці і непотрібне інформаційне сміття. В результаті особистість, що перетворилася на «соціальний об'єкт», не може розібратися у справжній сутності проблеми (Манойло, 2003).

Відтак вивчення феномену інформаційного перевантаження у вимірі біхевіорального підходу має політичний (електоральна поведінка) й споживацький (купівля товарів) поведінковий контекст. Адресантом виступає замовник, який зазвичай прихований від медіаспоживачів: більшість сучасних засобів масової інформації, зокрема каналів телебачення, мають своїх власників, які зацікавлені у специфічній подачі інформаційних повідомлень. ЗМІ виступає як джерело інформації, яке власне й кодує прихований зміст. У цій медіакомунікації не передбачено якісного зворотного зв'язку, адже поведінковий акт, реакція адресата як така ототожнюється з ним.

У контексті здійснення професійної діяльності та інформаційного стресу працівників можна виокремити *емоційно-мотиваційний підхід*, крізь призму якого інформаційне перевантаження постає як проблема організаційного рівня (Edmunds, A., & Morris., 2000). В дослідженнях В. Бодрова інформаційне перевантаження розглядається як інформаційний стрес та як одна з особливостей професійної діяльності операторів (Бодров, 2000).

Зокрема, дослідження перевантаженості інформацією суб'єктів в межах організації стосується певних категорій стресових джерел, як об'єктивних причин вияву цього феномену – занадто велика кількість паперової роботи чи використання у професійній діяльності більш широких інформаційних систем, включаючи електронну пошту та електронне управління документами (Jackson & Farzaneh, 2012: 524).

Вілсон писав про перевантаження на організаційному рівні як «ситуацію, коли ступінь переживання індивідуального перевантаження інформацією є достатньо поширеною проблемою в організації, що здійснюється з метою зменшення загальної ефективності управлінських операцій» (Wilson, 2001: 113).

Професійний стрес, на думку Скрипаченко, розвивається під впливом екстремальних факторів робочого навантаження, за дефіциту часу та власне інформаційного перевантаження. Також треба визначити, чим порушення стану та працездатності викликані, наприклад, коли великим об'ємом інформації, а коли – обмеженістю знань і майстерності особистості (Скрипаченко, 2018: 156).

Промовистим прикладом впливу інформаційного перевантаження на результативність діяльності є дослідження чинників, що заважає науковим успіхам аспірантів, здійснене Н. Х. Аль-кумайм, С. Х. Хассан та А. Махмуд, в якому визначено негативні наслідки надмірної інформації на різних етапах їхніх наукових досліджень: затрати часу, нижча якість науково-дослідної роботи, проблеми зі здоров'ям, соціальна ізоляція, низький рівень інноваційності та продуктивності (Al-kumaim, Nassan & Mahmood, 2020).

Отже, загалом в цьому підході інформаційне перевантаження прирівнюється до поняття інформаційного стресу та визначається як емоційний стан психічного напруження, пов'язаний з несподіваними та несприятливими інформаційними впливами, що супроводжується погіршенням професійної діяльності особи. Якщо в попередніх двох підходах проблема психічного перевантаження інформацією була загальнолюдською та мала глобальний характер, то в рамках емоційно-мотиваційного підходу вона постає в контексті досліджень професійних деформацій певних категорій людей, акцентуючи більше на локальному характері вияву цього феномена. Оскільки інформаційне перевантаження переживається людиною як стрес, можна говорити про відповідні копінг-стратегії та копінг-поведінку, як реакцію на нього.

У психологічному вимірі *компетентнісного підходу* інформаційне перевантаження визнається як психологічна загроза психічному здоров'ю людини та визначається як несформованість медіаграмотності, як наслідок застосування медіаспоживачем неефективних стратегій у сучасній медіакомунікації.

Важливо, що індивідуальні та особистісні фактори, зокрема самоефективність, можуть зіграти певну роль у тому, «що» і «як» людина сприймає як перевантаження, але немає наукових підтверджень того, що

існує таке поняття, як особистісна схильність до інформаційного перевантаження (Ge, 2010; Johnson, 2014; Kominiarczuk & Ledinska, 2014; Li, 2016; Schmitt, Debbait & Schneider, 2018).

Впевненість у собі також може бути фактором, що вбереже індивіда від інформаційного перевантаження. У цьому контексті дослідження особливостей відбору інформації високопоставленими політичними діячами виявило, що вони не переживають за можливу відсутність відповідної інформації, а також не страждають від невизначеності, яка сприяє перевантаженню (Walgrave & DeJaeghere, 2016).

Натомість дослідження ставлення до інформації аспірантів виявило можливі чотири фактори, які можуть діяти як модератори між інформаційним перевантаженням та результатами їхньої роботи: інформаційна грамотність (information literacy), самоефективність, консультація експертів та підтримка керівника (Al-kumaim, Hassan & Mahmood, 2020).

Як зазначає Н. Череповська, в умовах медіаперцептивної комунікації інформаційне перевантаження постає як психологічний ризик у площині «сам на сам із віртуальним світом» або «self to virtual» (Череповська, 2013). Важливо, що медіаспоживач взаємодіє з сучасною віртуальною цифровою інформаційною «реальністю» як безпосередньо з іншим суб'єктом (наприклад, соціальні мережі), так і опосередковано – через медіатекст, в якому репрезентовано смисловий конструкт іншої людини. Відповідно це медіаспоживання можна визначити як певну суб'єкт-суб'єктну медіакомунікацію нового віртуального медіавізуального простору.

Як засвідчив експеримент з масового впровадження медіаосвіти в шкільне середовище, проведений лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України, формування здатності свідомо споживати медіа-ресурси, адекватно та критично сприймати наявні інформаційні потоки є не лише актуальною, а життєво важливою компетентністю сучасної людини.

Відтак у компетентнісному підході важливим є формування додаткових особистих ресурсів задля протидії негативним медійним впливам сучасного інформаційного суспільства. Саме в ньому, на нашу думку,

реалізовується концепт суб'єкт-суб'єктної взаємодії: свідомого споживача медіа-ресурсів, який здатен адекватно та критично сприймати наявні інформаційні потоки, в яких репрезентовано смисловий конструкт іншої людини.

**Висновки.** Науково-технічний прогрес та становлення цінностей інформаційного суспільства призвели до загострення проблеми інформаційного перевантаження у сучасних умовах медіакомунікації. В науковому дискурсі 70-х років ХХ століття – початку ХХІ століття вживаються різні синонімічні поняття, що позначають цей феномен, та відсутня єдина наукова дефініція. На нашу думку, категорія «інформаційне перевантаження» є найбільш загальною та повною, що змістовно відображає та називає значущі реальності, істотні ознаки – зовнішнє як те, «що спричинило стан напруги» (інформаційне повідомлення) та внутрішнє – «який психічний стан у результаті виник» (перевантаження). Отож, інформаційне перевантаження – це стан психічного напруження особи, спричинений надлишком отриманих нею інформаційних повідомлень, що суб'єктивно переживається як стресова ситуація, викликана порушенням продуктивності протікання її пізнавальних психічних процесів та спричиняє психічне захисне блокування якісної глибокої інтелектуальної обробки вхідної інформації та перетворення її у повноцінне особистісне знання цієї людини.

В умовах медіаперцептивної комунікації важливі процеси кодування – створення контенту з включення смислового поля адресанта, та декодування інформаційного повідомлення адресатом – суб'єкт мульти-сенсорно сприймає наявні змістовні інформаційні потоки, здійснює когнітивну обробку повідомлень, надає їм особистого сенсу, додаючи цю інформацію у свій досвід у формі знання. Інформаційне перевантаження пов'язане з регуляторною функцією психіки, коли відбувається захисне блокування потрапляння будь-яких даних в особистий інформаційний простір індивіда.

У ході цього теоретичного дослідження нами за принципом доповнюваності виділено чотири підходи щодо розуміння сутності та природи інформаційного перевантаження – когнітивний (функціональна когнітивна обмеженість пізнавальних психічних процесів – сприймання, пам'яті, уваги та мислення.), біхевіораль-

ний (зміна у прийнятті рішень), емоційно-мотиваційний (інформаційний стрес) та компетентнісний (несформованість медіаграмотності). Важливо, що в усіх зазначених підходах інформаційне перевантаження розглядається як достатньо деструктивний стан психічного напруження, пов'язаний з надлишком отриманих інформаційних повідомлень.

У перспективах подальших розвідок вбачаємо теоретичне обґрунтування операціональних показників інформаційного перевантаження та емпіричне дослідження психологічних чинників його вияву в медіаспоживачів.

## References (Transliteration):

- Al-Kumaim, N. H., Hassan, S. H. & Mahmood, A. Exploring the Determinants that Control Information Overload and Postgraduate Research Performance: Conceptual Model and Implications for Future Research. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24 (1), 918–943. doi: 10.37200/IJPR/V24I1/PR200198
- APA dictionary (2020). Information overload. Retrieved from <https://dictionary.apa.org/information-overload>
- Batista, J. & Marques, R. P. (2018). Considerations on information and communication overload issue in smart cities. In O. Mealha, M. Divitini & M. Rehm (Eds.), *Citizen, territory and technologies: smart learning contexts and practices* (pp.129–136). Cham: Springer.
- Bawden, D. & Robinson, L. (2020). Information overload: an overview. *Oxford Encyclopedia of Political Decision Making*. Oxford: Oxford University Press. Retrieved from <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/23544>
- Benselin, J. & Ragsdell, G. (2015). Information overload: The differences that age makes. *Journal of Librarianship and Information Science*, 48(3), 284–297. doi: 10.1177/0961000614566341.
- Bodrov, V. A. (2000). *Informatsionnyy stress [Information stress]*. Moscow: PER SE [in Russian]
- Businessstopia, (January 6, 2018). Shannon and Weaver Model Of Communication. Businessstopia, Retrieved from <https://www.businessstopia.net/communication/shannon-and-weaver-model-communication>.
- Carr, N. (2011). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- Chapman, K., Reiter, N., White, Hal D. & Williams, C. D. (2019). Information Overload and Disclosure Smoothing. *Review of Accounting Studies*, 24 (4), 1486–1522. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=3001322>
- Chen, W., & Lee, K.-H. (2013). Sharing, liking, commenting, and distressed? The pathway between Facebook interaction and psychological distress. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 728–734. doi:10.1089/cyber.2012.0272
- Cherepovska, N. I. (2013). *Mediapertseptivna komunikatsiya: evolyutsiya vizualnogo spriymannya [Mediapertceptive communication: the evolution of visual perception]*. *Scientific studies in social and political psychology: coll. articles*, 32 (35), 303–311. Retrieved from <http://mediaosvita.org.ua/book/mediapertseptivna-komunikatsiya-evolyu/> [in Ukrainian]
- Chewning, E. G. & Harrell, A. M. (1990). The effect of information load on decision makers' cue utilization levels and decision quality in a financial distress decision task. *Accounting, Organizations and Society*, 15(6), 527–542. doi: [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(90\)90033-Q](https://doi.org/10.1016/0361-3682(90)90033-Q)
- Coupé, C., Oh, Y. M., Dediu, D. & Pellegrino, F. (2019). Different languages, similar encoding efficiency: Comparable information rates across the human communicative niche. *Science Advances*. 5(9). 1–10. doi: 10.1126/sciadv.aaw2594
- Detektor media (2019). *Dzherela informatsiyi, mediagramotnist i rosiyska propaganda: rezultati vseukrayinskogo opituvannya gromadskoyi dumki. Analitichniy zvit. [Sources of information, media literacy and Russian propaganda: the results of an all-Ukrainian public opinion poll. Analytical report.]* Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/164308/2019-03-21-dzherela-informatsii-mediagramotnist-i-rosiiska-propaganda-rezultati-vseukrainskogo-opituvannya-gromadskoi-dumki/> [in Ukrainian]
- Edmunds, A., & Morris, A. (2000). The problem of information overload in business organizations: A review on the literature. *International Journal of Information Management*, 20(1), 17–28. doi: 10.1016/S0268-4012(99)00051-1
- Eppler, M. J & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: a review of literature from organizational science, accounting, marketing, MIS and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325–344. doi: 10.1080/01972240490507974
- Feng, Y. & Agosto, D. E. (2017). The experience of mobile information overload: struggling between needs and constraints. *Information Research*, 22(2), 1–18. Retrieved from <http://www.informationr.net/ir/22-2/paper754.html>.
- Ge, X. (2010). Information-seeking behavior in the digital age: a multidisciplinary study of academic researchers. *College and Research Libraries*, 71(5), 435–455. doi: 10.5860/crl-34r2
- Goulding, A. (2001). Information poverty or overload. *Journal of Librarianship and Information Science*, 33(3), 109–111. doi: 10.1177/096100060103300301
- Gross, B. (1964). *The managing of organizations: the administrative struggles*. New York: Free Press of Glencoe.
- Haase, R. F., Jome, L. M., Ferreira, J. A., Santos, E. J. R., Connacher, C. C. & Sendrowitz, K. (2014). Individual differences in capacity for tolerating information overload are related to differences in



- culture and temperament. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(5), 728–751. doi: 10.1177/0022022113519852
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language — Working papers in cultural studies* (pp. 117–127). London: Routledge.
- Hartog, P. (2017). A generation of information anxiety: refinements and recommendations. *The Christian Librarian*, 60(1), 44–55. Retrieved from <https://digitalcommons.georgefox.edu/tcl/vol60/iss1/8/>
- Hunt, R., & Newman, R. (1997). Medical knowledge overload: A disturbing trend for physicians. *Health Care Management Review*, 22(1), 70–75. doi: 10.1097/00004010-199701000-00009
- Jackson, M. (2009). *Distracted: The erosion of attention and the coming dark age*. New York: Prometheus.
- Jackson, T. W., & Farzaneh, P. (2012). Theory-based model of factors affecting information overload. *International Journal of Information Management*, 32(6), 523–532. doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2012.04.006
- Ji, Q., Ha, L., & Sypher, U. (2014). The role of news media use and demographic characteristics in the possibility of information overload prediction. *International Journal of Communication*, 8, 699–714. Retrieved from <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2419/1093>
- Johnson, J. D. (2014). Controlling the flood: when more of a dose is less. *Journal of Documentation*, 70(3), 330–345. doi: 10.1108/JD-01-2013-0008
- Jones, S. L. & Kelly, R. (2018). Dealing with information overload in multifaceted personal informatics systems. *Human-Computer Interaction*, 33(1), 1–48. doi: 10.1080/07370024.2017.1302334
- Kirsch, D. (2000). A few thoughts on cognitive overload. *Intellectica*, 1(30), 19–51. Retrieved from <https://interruptions.net/literature/Kirsh-Intellectica00-30.pdf>
- Klingberg, T. (2010). *Peregruzhennyiy mozg. Informatsionnyiy potok i predelyi rabochey pamyati [Overloaded brain. Information flow and working memory limits]*. Moscow: Lomonosov' [in Russian]
- Kneidinger-Müller, B. (2017). Perpetual mobile availability as a reason for communication overload experiences and coping strategies of smartphone users. In R. P. F. Marques & J. C. L. Batista (Eds.), *Information and communication overload in the digital age* (pp.93–119). Hershey PA: IGI Global.
- Kominiarczuk, N. & Ledinska, M. (2014). Turn down the noise: information overload, conscientiousness and their connection to individual well-being. *Personality and Individual Differences*, 60, 76. doi: 10.1016/j.paid.2013.07.343.
- Lee, Y.-K., Chang, C.-T., Lin, Y., & Cheng, Z.-H. (2014). The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress. *Computers in Human Behavior*, 31, 373–383. doi: 10.1016/j.chb.2013.10.047
- Li, C.-Y. (2016). Why do online consumers experience information overload? An extension of communication theory. *Journal of Information Science*, 43(6), 835–851. doi: 10.1177/0165551516670096
- Lipowski, Z. J. (1975). Sensory and information inputs overload. *Behavioral effects. Comprehensive Psychiatry*, 16(3), 199–221. doi: 10.1016/0010-440x(75)90047-4
- Manoylo, A. V. (2003). *Gosudarstvennaya informatsionnaya politika v osobyyih usloviyah: Monografiya [State information policy in special conditions: Monograph]*. Moscow: MIFI. Retrieved from <http://www.evartist.narod.ru/text24/0022.htm> [in Russian]
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63(2), 81–97. doi: 10.1037/h0043158
- Miller, G. A. (1962). Information input overload. In M. C. Yovits (Ed.), *Self-organizing systems* (pp. 61–78). Washington DC: Spartan Books.
- Naidonova, L. & Cherepovska, N. (Eds.). (2014). *Mediapsykholohiia: naperetyni informatsiinoho ta osvithnoho prostoriv: monografiia [Media Psychology: at the intersection of information and educational spaces: a monograph]*. Kyiv: Milenium. Retrieved from <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/10660> [in Ukrainian]
- PlusOne (2020). Facebook та Instagram в Україні [Facebook та Instagram in Ukraine]. Retrieved from <https://plusone.com.ua/research/> [in Ukrainian]
- Roetzel, P. G. (2018). Information overload in the information age: a review of the literature from business administration, business psychology, and related disciplines with a bibliometric approach and framework development. *Business Research*, 12, 479–522. doi: 10.1007/s40685-018-0069-z
- Saxena, D. & Lamest M. (2018). Information overload and coping strategies in the big data context: Evidence from the hospitality sector. *Journal of Information Science*, 44 (3), 287–297. doi: 10.1177/0165551517693712
- Schmitt, J. B., Debbelt, C. A. & Schneider, F. M. (2018). Too much information? Predictors of information overload in the context of online news exposure. *Information, Communication & Society*, 21(8), 1151–1167. doi: 10.1080/1369118X.2017.1305427
- Shannon C. E. (1949). Communication in the presence of noise. *Proceedings of the IRE*, 37(1), 10–21. doi: 10.1109/JRPROC.1949.232969
- Shenk, D. (1997). *Data smog: Surviving the information glut*. London: Abacus.
- Skrupachenko, T. V. (2018). Psihologichni osoblivosti informatsiynogo stresu [Psychological features of information stress]. *Problems of modern psychology: collection of scientific works*, 1(13), 153–158. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/pspz\\_2018\\_1\\_26.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/pspz_2018_1_26.pdf) [in Ukrainian]

Tatenko, V. (2017). *Metodologiya sub'ektno-vchinkovogo pidhodu: sotsialno-psihologichnyi vimir: monografiya* [Methodology of subject-action approach: socio-psychological dimension: monograph]. Kyiv : Milenium [in Ukrainian]

Thorson, E., Reeves, B., & Schleuder, J. (1985). Message complexity and attention to television. *Communication Research*, 12, 427–454. doi: 10.1177/009365085012004001

Toffler, A. (1970). *Future shock*. New York: Bantam Books.

Trufanova, N. (2019). Informatsionnoe perenasysshchenie: klyucheve problemy [Information overload: key problems]. *Philosophical problems of information technology and cyberspace*, 1(16), 4–21. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnoe-perenasysshchenie-klyucheve-problemy> [in Russian]

Vollmann, W. T. (1991). The Cave of Sheets. *Grand Street*, (39), 34–50. doi: 10.2307/25007476

Voznesenska, O. L. (2010). Sim'ya v informatsionomu suspilstvi: zmina normi [The family in the information society: changing the norm]. *Psychological perspectives*. Special issue, 16–26. Retrieved from <http://mediaosvita.org.ua/book/simya-v-informatsionomu-suspilstvi-z/> [in Ukrainian]

Walgrave, S. & Dejaeghere, Y. (2016). Surviving information overload: how elite politicians select information. *Governance*, 30(2), 229–244. doi: 10.1111/gove.12209

Wilson, T. D. (2001). Information overload: implications for healthcare services. *Health Informatics Journal*, 7(2), 112–117. doi: 10.1177/146045820100700210

Wurman, R. S., Leifer, L., Sume, D., & Whitehouse, K. (2001). *Information anxiety 2*. Indianapolis, Ind: Que.

York, C. (2013). Overloaded by the news: Effects of news exposure and enjoyment on reporting information overload. *Communication Research Reports*, 30(4), 282–292. doi: 10.1080/08824096.2013.836628

Zhang, L., Wu, L. L., & Mattila, A. S. (2016). Online Reviews: The Role of Information Load and Peripheral Factors. *Journal of Travel Research*, 55(3), 299–310. doi: 10.1177/0047287514559032

Zuev, I. O. (2010). Osoblivosti predstavleniya Informatsiyi v riznih reprezentativnih sistemah [Features of information presentation in different representative systems]. *Bulletin of VN Karazin Kharkiv National University. Series: Psychology*, 913(44), 60–63. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPC\\_2010\\_913\\_44\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIPC_2010_913_44_18) [in Ukrainian]

### **Sophia Grabovska**

Ph.D. in Philosophy, Professor, Head of the Department of Psychology, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv (Ukraine)

### **Olena Musakovska**

Post-graduate student of the Department of Psychology, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv (Ukraine)

## **INFORMATION OVERLOAD: THE PSYCHOLOGICAL AREA**

### **ABSTRACT**

Among the variety of synonymously similar scientific concepts used in psychological research (cognitive overload, sensory overload, knowledge overload, information fatigue syndrome, cognitive information load, information overload, cognitive load), we chose the concept of “information overload” for categorical analysis, because it defines the most holistically and complete the corresponding psychological phenomenon, meaningfully reflecting and naming significant realities. The essential signs of this phenomenon are: the external one – “what caused the state of tension” (informational message) – and the internal one - “what mental state appears as a result” (overload). Information overload is defined as a state of an individual’s mental stress caused by received excessive information messages; this excessiveness is experienced subjectively as a stressful situation associated with worsened efficiency of the individual’s cognitive mental processes and causes a mental protective blocking of high-quality deep intellectual processing of incoming information and its transformation into full-fledged personal knowledge.

In the context of multi-sensory perception by a media consumer of modern informational sources, two processes are important: coding by an addressee and decoding by an addressee of an information message; accordingly, in the process of media-perceptual communication, information overload becomes a barrier to knowledge formation by an individual perceiving certain information flows.

The content and nature of information overload as a psychological phenomenon is revealed in the measurement of the four aspects we have identified: cognitive, be-

havioral, emotional-motivational and competence.

At the cognitive aspect, information overload is considered in the context of an individual's cognitive activities, affected by the functional limitations of cognitive processes (perception, attention, memory, thinking), and is determined through an individual's cognitive style.

At the psychological dimension of the behavioral aspect, information overload is interpreted as a way for mass consciousness manipulating with the political or consumer-related context for individuals' behavior modeling, in particular, during decision making.

At the emotional-motivational aspect, information overload is defined as the emotional state of mental stress associated with unexpected and unfavorable informational influences, accompanied by a deterioration of an individual's professional efficiency.

At the psychological dimension of the competence-based aspect, information overload is interpreted as a psychological threat to an individual's mental health and is defined as underdeveloped media literacy, as a result of used ineffective strategies by a media consumer in modern mediacommunication. As for counteraction, it is necessary to form media literacy of information consumers, increase their personal self-efficacy.

**Key words:** information overload, mental overload, information, mediacommunication space, information society.

### **Грабовская Софья Леонидовна**

*Кандидат философских наук, профессор, заведующий кафедрой психологии, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов (Украина)*

### **Мусаковская Елена Михайловна**

*Аспирант кафедры психологии Львовского национального университета имени Ивана Франко, г. Львов (Украина)*

## **ИНФОРМАЦИОННАЯ ПЕРЕГРУЗКА: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ РАКУРС**

### **АННОТАЦИЯ**

Среди многообразия синонимично похожих научных понятий в психологических исследованиях (когнитивная перегрузка, сенсорная перегрузка, перегрузка знаниями, синдром информационной усталости,

когнитивная информационная нагрузка, информационная перенасыщенность, познавательная нагрузка) для анализа избрано понятие «информационной перегрузке», как категории, что наиболее целостно и полно определяет соответствующий психологический феномен, содержательно отражающий и называющий значимые реальности. Существенные признаки этого феномена: внешнее – то, «что повлекло состояние напряжения» (информационное сообщение) и внутреннее – «какое психическое состояние возникло в результате» (перегрузка). Дано определение информационной перегрузке как состояния психического напряжения личности, вызванного избытком полученных ею информационных сообщений, переживаемого субъективно как стрессовая ситуация, связанная с нарушением производительности протекания ее познавательных психических процессов и вызывающая психическую защитную блокировку качественной глубокой интеллектуальной обработки входящей информации и превращению ее в полноценное личностное знание этого человека.

В условиях мультисенсорного восприятия медиатребителем современных источников информации важны два процесса – кодирование адресантом и декодирование адресатом информационного сообщения; соответственно в процессе медиерцептивной коммуникации информационная перегрузка становится барьером на пути формирования знаний у человека, воспринимающего определенные информационные потоки.

Содержание и природа информационной перегрузки как психологического феномена раскрыта в измерении выделенных нами четырех подходов: когнитивного, бихевиорального, эмоционально-мотивационного и компетентностного.

В когнитивном подходе информационная перегрузка рассматривается в контексте активной познавательной деятельности индивида, на что влияют функциональные ограничения познавательных процессов (восприятия, внимания, памяти, мышления), и определяется через особенности познавательного стиля.

В психологическом измерении бихевиорального подхода информационная перегрузка интерпретируется как способ манипулирования массовым сознанием с политическим и потребительским контекстом и моде-

лирования поведения индивидов, в частности, в процессе принятия ими определенных решений.

В *эмоционально-мотивационном подходе* информационная перегрузка определяется как эмоциональное состояние психического напряжения, связанное с неожиданными и неблагоприятными информационными воздействиями, сопровождается ухудшением профессиональной деятельности индивида.

В психологическом измерении *компетентного подхода* информационная перегрузка трактуется как психологическая угроза психическому здоровью индивидов и определяется как несформированность медиаграмотности, как следствие применения медиапотребителем неэффективных стратегий в современной медиакommunikации. В ключе противодействия необходимо формирование медиаграмотности потребителей информации, повышение уровня их личностной самоэффективности.

**Ключевые слова:** информационная перегрузка, психическая перегрузка, информация, медиакommunikационное пространство, информационное общество.

Дата отримання статті: 03.07.2020

Дата рекомендації до друку: 21.07.2020

Дата оприлюднення: 30.07.2020