

Konsumpcja, która skraca życie i zmienia mózg

Powszechnie dostępna jest informacja mówiąca, że każdy kilogram ciała ponad normę skraca życie, nawet wówczas, kiedy posiadacz dodatkowych kilogramów nie ma aktualnie problemów ze zdrowiem. Równie powszechnie można spotkać się ze stwierdzeniem, że człowiek i owszem, słyszał o konsekwencjach niewłaściwej diety, ale nie zamierza zmieniać swoich konsumpcyjnych przyzwyczajeń. Mniej powszechna, choć równie lekceważona jest wiedza o tym, co nadmierna konsumpcja informacji robi z mózgiem. W obecnych czasach ludzie gromadzą i przetwarzają znacznie więcej informacji niż kiedykolwiek. Wchłaniają mnóstwo informacji, które nie są im do niczego potrzebne. Przeładowanie, zmieniającymi się szybko i często w nieuporządkowany sposób informacjami utrudnia dokonanie rozumnej oceny sytuacji, od czego zależy słuszność podejmowanych decyzji i racjonalność zachowań. Niestety, od dawna już wiadomo, że choć ludzie wiedzą, co jest dobre, jakoś zadziwiająco często wybierają to, co złe. W końcu na tym między innymi polega wolność, na możliwości wyboru, którego poczucie jest mniejsze gdy robi się to, co powinno. Spotkałam się nawet ze stwierdzeniem, że człowiek tym się różni od maszyny, że maszyna nie robi tego, co jej szkodzi...

Pełne jedzenia półki hipermarketów, telewizory, komórki, komputery oferują nieustanny strumień bezrefleksyjnej konsumpcji, skłaniając do kupowania więcej niż wynika z faktycznych potrzeb, a nawet wbrew sygnałom wskazującym na szkodliwość. Powszechnie ludzie konsumują nie tylko po to, aby zaspokoić potrzeby, ale doznać łatwej i szybkiej przyjemności. Zaczyna się już od przekarmiania niemowląt, a później beztroscy rodzice, chcąc sprawić dzieciom jak najwięcej przyjemności, tuczą swoje pociechy macdonaldowymi smakołykami, batonikami, cukierkami, ciastkami i chipsami. Pozwalają im całe godziny spędzać w bezruchu przed komputerem czy telewizorem, na wchłanianiu nadmiarowych, trudnych do strawienia porcji informacji, często budzących silne emocje, jakich nie ma gdzie rozładować.

Efekty już widać. W czasach mojego dzieciństwa, a więc wcale nie tak dawno, kiedy nie było fast foodów, takiej oferty słodzonych napojów, zwierząt rzeźnych szpikowanych hormonami i antybiotykami, cukrzyca i miażdżyca były chorobami, charakterystycznymi dla ludzi starszych. Obecnie chorują na nie także i dzieci. Dodajmy do tego dodatkowe kilogramy, brak ruchu i okazuje się, że uzyskamy alarmujące dane. Naukowcy zaczynają prognozować, że w związku nadmiarową konsumpcją tzw. przeciętna spodziewana długość życia przestanie się wydłużać, a zacznie się skracać, gdyż coraz więcej dzieci jest otyłych, nie mających ukształtowanych zdrowych nawyków żywieniowych i dbania o dostateczną porcję ruchu. Ich organizmy, po wkroczeniu w wiek dorosły szybciej, zaczną się degenerować niż organizmy ich rodziców. Więcej, oznaki degeneracji będą się pojawiały coraz wcześniej.

Wielu ludziom wydaje się, że choć nie mogą skonsumować nieograniczonej ilości jedzenia, mogą skonsumować nieograniczoną ilość informacji. Okazuje się, że tak nie jest. Z niedawno przeprowadzonych badań, wynika, że mózg konsumujący dane z Internetu, a dziennie wchłania ich nawet 34 GB, co odpowiada 100 tys. słów, zaczyna pracować na innych obrotach. Wchłania mnóstwo informacji, ale nie daje rady ich interpretować, ani zrobić z nich użytku. Nie nadążając z przetwarzaniem napływających wartkim potokiem danych mózg przechodzi w tryb awaryjny. W tym układzie, odłącza korę przedczołową, czyli tą część, która wg współczesnej wiedzy jest odpowiedzialna za empatię, altruizm, tolerancję, w skutek czego człowiek obojętnieje na to, co nie dotyczy go osobiście, staje się mniej prospołeczny, mniej zaangażowany. Jak wykazali naukowcy z University of Southern Kalifornia, osoba taka potrzebuje więcej czasu aby zareagować na widok potrzebującego. Przebywający w Internecie stale od dzieciństwa użytkownicy, coraz bardziej przypominają ludzi chorych na autyzm. Prof. Gary Small, psychiatra z University of California w Los

Angeles, nazywający to pokolenie Cyfrowymi Tubylcami, zwraca uwagę na występujące u zapalonych internatów problemy z utrzymywaniem relacji społecznych, rozumieniem cudzego punktu widzenia, komunikowaniem uczuć. Unikają oni kontaktu wzrokowego, słabo radzą sobie z odczytywaniem mowy ciała. Okazuje się, że są też mniej kreatywni¹.

Niestety wiele z tego pozostaje nawet po wyłączeniu komputera. Naukowcy zauważyli, że Internet już nie tylko wpływa na aktualne przetwarzanie informacji, ale wywołuje w mózgu szybkie i głębokie zmiany, dosłownie zmienia jego strukturę, co znaczy, że pokolenie wychowane na komputerze ma inaczej ukształtowany mózg². Następuje znaczny rozwój umiejętności wizualno-przestrzennych, czemu towarzyszy jednak obniżenie zdolności do głębokiego przetwarzania bodźców, leżące u podstaw świadomego zdobywania wiedzy, analizy intuicyjnej, krytycznego myślenia, wyobraźni i refleksji. Rozwija się tendencja do powierzchownego przyswajania informacji, co zwiększa prawdopodobieństwo przeoczenia lub niezrozumienia informacji istotnych. Rozwija się też skłonność do przeceniania informacji bieżących.

Konsumpcyjny raj dostarczając szybkich i łatwych gratyfikacji, w ostatecznym rachunku skraca życie, zubaża intelektualnie i społecznie. Biegając od jednej sprzedażowej okazji do drugiej, od jednej strony internetowej do drugiej, wciągnięty w strumień bezrefleksyjnej konsumpcji, użytkownik, nawet nie zauważa wysokiej ceny, jaką w końcu może mu przyjść zapłacić. Skupiony na chwilowej aktualnej przyjemności zakupu i konsumowania, mniej jest skłonny do zastanawiania się nad ich długofalowymi skutkami. Wyniki badań biją na alarm, ale toną w powodzi mało znaczących, ale krzykliwych ton powierzchownych informacji.

Co robić?

1. Kupuj to i tyle, ile naprawdę potrzebne. Dotyczy to też informacji. Nie zaśmiecaj własnego domu ani własnego umysłu tym, bez czego doskonale możesz się obejść. Zanim na coś się zdecydujesz, zadaj sobie pytanie:
Czy zakup tego towaru, przyswojenie tej informacji służy mojemu życiu, zdrowiu, osobistemu wzrostowi i rozwojowi?
2. Zwracaj uwagę na jakość. Kupuj produkty wysokiej jakości, które kupione w mniejszej ilości łatwiej zaspokajają potrzeby. Unikaj „śmieciowego” jedzenia i pozornych, nic nie wnoszących informacji. Rozwijaj krytyczne myślenie, analizuj otrzymane dane, wyciągaj wnioski.
3. Wybieraj produkty, które nie zawierają wypełniaczy nic nie wnoszących do Twojego organizmu, chemicznych składników wprowadzających dezinformację (np. słodkie a bez cukru, na strawienie którego po rozpoznaniu smaku organizm się nastawia), unikaj sensacyjnych informacji, plotek, nastawionych tylko na wzbudzenie emocji, nic nie wnoszących do twojej wiedzy (np. informacje z życia gwiazd).
4. Unikaj pokus, tj. odwiedzania hipermarketów i stron internetowych bez wyraźnej potrzeby, z nawyku, dla relaksu czy zabicia czasu.
5. Poszukuj alternatywnych źródeł przyjemności – relacje z ludźmi, działalność non-profit, hobby, turystyka, sport, sztuka, nauka.

Krystyna Kozikowska-Koppel

¹ Jak nas psuje Facebook, Focus, luty 2011

² Co Internet robi nam z mózgiem http://wyborcza.pl/1,76842,8034362,Co_internet_robi_nam_z_mozgiem.html