

Новостные сайты как фактор формирования клипового мышления молодежи

Научный руководитель – Перезовова Ольга Владимировна

Щербаклова Елена Андреевна

Студент (бакалавр)

Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики, Челябинск,
Россия

E-mail: semethkasolnthe@gmail.com

«Клиповое мышление» часто подвергается нападкам за то, что молодёжь не может сконцентрироваться на одном деле дольше 10-15 минут. Некоторые даже разделяют общество на «людей читающих» и на «людей со смартфонами». Однако впервые о клиповости заговорили тогда, когда телефонов и социальных сетей у массовой аудитории не было.

К понятию клипового мышления обращались такие исследователи, как Н. В. Азаренок[1], М. А. Антипов[2], С. В. Докука[3], С. И. Журавлёв[4], И. Иванина[5] и многие другие.

Термин «клиповое мышление» появился в середине 1990-х годов и первоначально означал способность человека воспринимать мир через короткие яркие образы и послания видеоклипов, но официально понятие было введено в 2014 году. Образовалось понятие из знакомого многим и интуитивно понятного английского слова «clip», которое переводится как фрагмент текста, вырезка из газеты. Иными словами - что-то короткое и обрезанное. Видеоряд большинства музыкальных клипов состоит из цепочки слабо связанных по смыслу кадров, но увидев один, начинается мыслительный процесс и «додумывание» остального сюжета. На основе этого образовалась связь с «клиповым мышлением». Интересно, что о данном понятии знают только в России. За рубежом никто не говорит о «клиповости» вовсе. Зарубежные исследователи писали исключительно про «клиповую культуру», которая характеризуется использованием широкими массами электронных средств информации. Никто не говорил о восприятии людьми информации фрагментарно. Но это было до того, как отечественный философ Федор Гиренок, используя работы зарубежных коллег, преобразовал их мысли в нечто новое. Так появилось «клиповое мышление» - новый тип психических процессов, которые как будто возникли в результате изменений в медиа. Вместе с понятием «клиповое мышление» появились опасения, что данный феномен грозит именно молодому поколению. Логика понятна: молодёжь больше времени уделяет социальным сетям, телефону, чем старшее поколение, хотя на данный момент это заключение весьма необоснованно и его опроверг французский антрополог Люсьен Леви-Брюл: с помощью «гетерогенного мышления» он обосновывал, почему взрослый образованный европеец может верить в приметы и суеверия или даже уходить в воображаемые миры, значит, каждый человек обладает несколькими типами мышления.

Если раньше телевизор был основным способом получения информации, то теперь постепенно все внимание переключается на интернет. Люди не хотят тратить время на длинные сообщения, отдавая предпочтения коротким заметкам или кратким обзорам событий.

Основываясь на стадиях клиповизации и основных признаках клипового мышления, было проведено исследование на выявление степени воздействия новостных сайтов на формирование клипового мышления у студентов 1-6 курса. Для анализа были выбраны тексты «РИА Новости» и «Коммерсантъ» с инфографикой, фото и просто текстовыми материалами. Благодаря опросу были выявлены критерии «хорошего» текста и инфографики для «клиповиков».

Исходя из результатов исследования, можно сказать, что новостные сайты влияют на формирование «клиповости» мышления. Чтобы сэкономить время, информация новостными сайтами подается в упрощенной короткой форме, а человек начинает привыкать к такой форме подачи информации и переносит такой способ восприятия и на другие сферы. Возникли новые тенденции в подаче контента: 1) сокращение объема сообщения 2) сокращение числа «мыслей» в одном тексте 3) многократное повторение одной и той же мысли 4) «подключение» эмоциональной 5) рассылка сообщения в нескольких мессенджерах. Однако все исследования можно подвергнуть сомнению: доктор психологических наук и эксперт ПостНауки Мария Фаликман в своих выступлениях часто утверждает, что мы пока до конца не можем оценить влияние цифровых медиа и гаджетов на познавательные процессы. На сегодняшний день реальных эмпирических свидетельств в пользу кардинальной перестройки познавательных процессов, которая следует за изменениями в культуре и медиа, нет, но тем не менее изменения есть.

Источники и литература

- 1) Азаренок, Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире [Текст] / Н. В. Азаренок // Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна «Психология человека в современном мире». Т. 5. Личность и группа в условиях социальных изменений / Отв. ред. А. Л. Журавлев. – М.: Институт психологии РАН, 2009. – С. 110–112.
- 2) Антипов, М. А. Клиповое мышление как атрибут техногенного общества [Текст] / М. А. Антипов // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. – 2015. – Т. 2 6 (28). – С.20–28.
- 3) Докука, С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества [Текст] / С. В. Докука // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С. 169–176.
- 4) Журавлёв, С. И. Клиповое мышление как способ видения реальности [Текст] / С. И. Журавлёв // Аспирантский вестник Поволжья. – 2014. – № 7–8. – С. 27–31.
- 5) Иванина, И. Как мыслит современный человек и чем это опасно [Электронный ресурс]. – URL: <http://medbooking.com/blog/post/kak-myslil-sovremennyj-chelovek-i-chem-eto-opasno> (дата обращения: 12.03.2017).