

## **Клиповое мышление как феномен современности и его влияние на восприятие радионовостей** **Кожокарь Д. А.**

*Кожокарь Диана Андреевна / Kozhokar Diana Andreevna – бакалавр,  
факультет журналистики,  
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва*

**Аннотация:** в статье рассматривается феномен «клипового мышления», его положительные и негативные стороны, по мнению ученых и исследователей. Также в статье представлен эксперимент, который показывает влияние «клипового мышления», а также других факторов на восприятие радионовостей.

**Ключевые слова:** эксперимент, анализ, радионовости, феномен «клипового мышления», восприятие.

Мир развивается в своем многообразии. Начиная с конца прошлого столетия, человечество стало свидетелем множества открытий, которые не только изменили нашу жизнь, но и до сих пор оказывают на нее влияние. Безусловно, речь идет о новых технологиях. Эти изобретения заставили человека по-другому воспринимать информацию. Если раньше основным источником новостей были книги, то сейчас это уже не так, и печать все больше отходит на второй план.

Изобретение радио и телевидения позволили получать информацию более легким путем, при этом тратя уже меньше сил на анализ, чем при чтении. Благодаря Интернету информация стала распространяться еще большими потоками, и в современном мире человек не может полностью оградить себя от постоянно идущей информации, ведь даже отключив телевизор, радио, убрав все печатные издания, он все равно будет видеть наружную рекламу, слышать радио в такси или телевизор в офисе. Невозможность игнорировать потоки информации лишь одно из негативных последствий. Современные технологии ускорили привычный ритм жизни человека, а это значит, что и информация должна быть более сжатой, чтобы человек не тратил много времени на ее потребление и анализ. Короткие сводки новостей на радио и телевидении, ёмкие заметки в газетах и в Интернете – все это сменяет друг друга в большом информационном потоке и «приучает» человеческий мозг потреблять информацию быстро, практически не концентрируясь на определенном фрагменте, а переключаясь на следующий. Такое явление получило название «клиповое мышление». Более подробную информацию об этом феномене дает Семеновских Т. В. в работе «Клиповое мышление – феномен современности» [4].

Термин клипового мышления появился в философско-психологической литературе еще в конце 90-х гг. Он обозначает особенность человека воспринимать мир с помощью «короткого, яркого посыла, воплощенного в форме либо видеоклипа, либо теленовости» [4]. Зарождение данного явления произошло в СМИ, где информация стала подаваться в виде так называемых «клипов». Семеновских Т. В. пишет, что клипом называют в данном случае «короткий набор тезисов, подающихся без определенного контекста, так как в силу своей актуальности контекстом для клипа является объективная действительность» [4]. Одна из особенностей клипового мышления в том, что человек может «выйти» из потока информации без ощущения незаконченности, а затем снова «влиться» в поток и, по сути, ничего не потерять. Это мы не можем сказать о прочтении книги. Например, если читать классический роман, а потом прервать свое чтение и «перескочить» через несколько глав, то уже нельзя понять сути, потому что большинство больших произведений имеют логическую структуру, и все элементы в нем зависят друг от друга и не могут существовать отдельно.

Отношение к феномену «клипового мышления» неоднозначное. С одной стороны, оно вполне закономерно для современного общества, которое перешло с линейного восприятия (чтение книг) информации на другой уровень. Многие исследователи находят в этом феномене положительные стороны. Журавлев С. И. в статье «Клиповое мышление как способ видения реальности» [3] приводит причины возникновения клипового мышления и доводы ученых в пользу данного явления. Доука С. В. в статье «Клиповое мышление как феномен информационного общества» [2] также согласен с современными психологами и считает, что клиповое мышление это дань времени. Несмотря на то, что способность человека анализировать информацию значительно снизилась, появилась возможность быстро переключаться между потоками информации. Более того, очень много информации находится в открытом доступе, всегда можно выбрать из общего потока нужную. По сути, объективная реальность открыта и позволяет человеку свободно ее анализировать. И если информация подается в небольшом объеме, то ее легче запомнить. С линейным восприятием сложно ориентироваться в современном мире, а если человеку не свойственен данный способ, он, наоборот, легко может анализировать информацию разного времени, разной стилистики и из разных источников. В основном сегодняшнее восприятие – не глубокий анализ информации, а лишь выхватывание нужных «кусков» из общего потока. Однако встает вполне закономерный вопрос - как же человек может вычленить нужную информацию из общего потока, когда его восприятие не критическое и лишено логики? В связи с этим стоит обратиться к классификации американского бизнесмена Джеймса Мартина, который делит людей на два типа: «люди книги» и «люди

экрана». Первые обладают хорошим вниманием, они получают от книг информацию большими пластами, поэтому им легче сосредоточиться на чем-то одном и выделить суть. А «люди экрана» как раз воспринимают информацию блоками, они быстро откликаются на заявленную тему, но не могут долго ее поддерживать, им важно быстрее ее сменить [2, с. 170]. Но здесь Д. Мартин видит негативную сторону явления клипового сознания. Противоположной позиции придерживается доктор психологических наук Рада Грановская. В интервью журналу «Росбалт» она говорит о современном поколении, которое с легкостью может выполнять несколько дел одновременно и быстро включаться в работу [6]. Это поведение, по мнению психолога, является закономерным, и люди с таким мышлением сейчас больше востребованы, несмотря на низкую способность к анализу, «потому что сегодня замедленная реакция при любой квалификации не есть качество положительное» [6].

Однако есть у данного феномена и отрицательные стороны. Существует мнение, что люди, у которых преобладает клиповый вид мышления, легче поддаются манипуляции. У. Эко объясняет возможность манипуляции такими людьми тем, что вербальное сообщение (текст) может быть воспринято критически, а визуальное, скорее всего, будет восприниматься человеком как данность. Это утверждение разделяет Пудалов А. Д. в статье «Клиповое мышление – современный подход к познанию» [7]. Он делает акцент на молодежи, которая сейчас, по его мнению, теряет способность к анализу информации и построению логических связей. Такое поведение связано не только с появлением Интернета и программ для быстрого обмена информацией (например, SMS), но и с изменением структуры программ на радио и телевидении. Аналитические программы построены таким образом, что все аспекты проблемы, все факты, тезисы и выводы уже представлены потребителю, и ему не остается ничего, кроме как просто принять данную информацию за истину. Неспособность к анализу и какой-либо иерархической системе замечает у людей и Михаил Леонтьев, он считает, что клиповое мышление привело к тому, что у человека ухудшается способность видеть целостную картину мира, и то, что это не только новый тип мышления, но и уровень интеллектуального развития [5].

Почему именно визуальное восприятие приводит к таким последствиям? На эту тему рассуждает профессор философского факультета МГУ Федор Гиренок. Клиповое мышление, по его мнению, базируется не на опыте, а на воображении, которое может использовать «априорные ресурсы мышления» [1]. Так как у потока клиповой информации нет целостности, то он опирается на визуализацию целого, а не логическую связь между фрагментами. Поэтому люди больше доверяют тому, что показывается, а не тому, что они читают.

Информация в виде коротких отрезков негативно влияет и на восприятие человека с физиологической точки зрения: из-за того, что подача осуществляется фрагментами, и связанные между собой события «разнесены по времени». Так, получается, что мозг считает, что события связаны между собой, если они «имеют временную близость, а не фактологическую» [1].

Появление такого нового феномена заставляет задуматься над тем, как человек стал воспринимать информацию не только визуально, но и на слух. Радио, несмотря на технический прогресс, пожалуй, единственное СМИ, которое пользуется популярностью у слушателей. На сегодняшний день одной из тенденций развития радиостанций является большой рост новостного вещания. Люди стали больше интересоваться тем, что происходит в мире. Новости на радиостанциях может слушать абсолютно любая аудитория, поэтому новостной выпуск не имеет целевой аудитории. Блок новостей на любой радиостанции строится чаще всего по одной и той же схеме: сначала идут важные новости, затем новости в развитии, которые уже произошли, или новость свежая, но не имеющая большого значения для аудитории. Различия могут быть при подаче новостей. В акцентах, которые сделаны, следовательно, и восприятие у слушателя будет меняться.

Чтобы проследить реакцию слушателя на радионовость и посмотреть как повлиял феномен «клипового мышления» на восприятие аудиальной информации, был проведен эксперимент. Специально не использовалась уже готовая новость с радиостанции, потому что это может повлиять на восприятие испытуемого. В таких новостях существует «подложка», по которой порой можно идентифицировать радиостанцию. Поэтому данный фактор будет скорее отвлекающим, и испытуемый будет уже по-другому оценивать новость, потому что будет знать, к какой радиостанции она относится. Так, текст для новости был написан специально для эксперимента. Темой стало продление санкций против России. Эта новость относительно нейтральная, потому что сами санкции были введены еще в позапрошлом году, и в сегодняшней ситуации это не является главной новостью. Были исключены темы, которые могли находиться первой в повестке дня радиостанции или быть связанными с историческими событиями. Это могло сделать результаты исследования нерепрезентативными, потому что испытуемый с большей вероятностью мог уже столкнуться с такой новостью и отвечать на вопросы, исходя из запомненной ранее информации, а не из только что услышанной.

Также были сформированы контрольная и экспериментальная группы, каждой из которых предлагалось прослушать новость и заполнить анкету. Все действия производилось участниками дистанционно. В исследовании использовалось массовое анкетирование, что позволило захватить большое количество людей. Всего в эксперименте приняли участие 65 человек. В контрольной группе находились 33 испытуемых, из них 16 женщин и 17 мужчин, в экспериментальной группе состояли 32 человека, из них 21 женщина и 11 мужчин. Возрастная группа всех участников эксперимента от 18 до 26 лет.

У каждой группы испытуемых новость звучала с разной скоростью. В контрольной группе длительность аудиозаписи составляла 1 минуту 19 секунд, что примерно равняется двум словам в минуту (из расчета, что новость содержит 179 слов). Для экспериментальной была дана аудиозапись с ускоренным темпом речи, время ее звучание составляло 1 минуту 06 секунд, то есть приблизительно 3 слова в минуту. Испытуемые могли прослушать новость только один раз, затем им предлагалось ответить на вопросы анкеты, которая была одинаковой для всех.

Первый блок содержит вопросы о поле и возрасте испытуемого. Во втором блоке присутствуют вопросы о том, как часто испытуемый слушает радио, и если да, то какой формат радиостанции он предпочитает. Ответы позволяют нам выявить зависимость восприятия новости от отношения испытуемого к радио в целом. Допустим, если человек часто слушает новостные радиостанции, то ему привычнее будет воспринимать данную им информацию и запоминать ее. И наоборот, как воспримет человек радионовость, если он вообще не слушает радио или слушает только музыкальные радиостанции.

Следующий блок вопросов связан с содержанием самой новости. Стоит отметить, что в данном блоке есть только один единственно правильный ответ. Мы старались выбирать вопросы, связанные с числами и с точной информацией. Во-первых, ответы на данные вопросы не требуют особых размышлений от испытуемого, а предполагают конкретное знание или его отсутствие. Во-вторых, чтобы услышать правильный ответ нужно быть внимательным к тому, что говорится. Это как раз позволяет выявить способность человека сосредоточиться на аудиозаписи в течение определенного промежутка времени.

Четвертый блок вопросов выявляет состояние респондента во время прослушивания новости. В данном блоке присутствуют два вопроса о том, отвлекался ли испытуемый от прослушивания новости и почему. В вопросе о причинах испытуемому дается возможность помимо уже предложенных вариантов ответа написать свой. Это позволяет нам получить более ясную и развернутую картину.

И, наконец, в пятом блоке вопросов испытуемому предлагается оценить подачу новости и свои впечатления после прослушивания. В последнем вопросе также возможно добавление испытуемым собственного варианта ответа.

Чтобы определить, насколько внимательно испытуемые слушали новость, было рассчитано среднее количество правильных ответов по содержанию новости для обеих групп, а также учитывались ответы на вопросы о личном восприятии новости. В ходе эксперимента выяснилось, что 7 респондентов в экспериментальной группе оценили новость как тревожную, в то время как в контрольной группе это никто не отметил. Эту тенденцию подтверждают данные, указанные на рисунке 3. Мы сложили ответы респондентов на вопрос, где их просили оценить подачу новости и на вопрос, где они оценивали новость целиком. Мы видим, что в экспериментальной группе, где аудиозапись проигрывалась в ускоренном темпе, новость воспринимается более негативно. Также мы видим, что негативная оценка дается респондентами в возрасте от 21 до 25 лет. Так, мы можем сделать вывод, что ускоренный темп добавляет в новость негативный и даже тревожный оттенок, что безусловно влияет на восприятие. Также количество правильных ответов было дано в экспериментальной группе, где новость звучала в ускоренном темпе.

Выводы, которые мы можем сделать, заключаются в том, что на восприятие безусловно влияет множество факторов, однако лучшее усвоение информации в ускоренном темпе говорит о том, что, с одной стороны, изменяющийся ритм жизни позволяет понимать новость в быстром темпе, с другой – быстрый темп может влиять на восприятие информации и не всегда в лучшую сторону.

### *Литература*

1. *Гиренок Ф.* Клиповое мышление // Литературная газета. 2014. № 49 [Электронный ресурс] - URL: <http://www.lgz.ru/article/-49-6490-10-12-2014/klipovoe-myshlenie/> ( дата обращения: 22.04.2106).
2. *Докука С. В.* Клиповое мышление как феномен информационного общества // *Общественные науки и современность.* 2013. № 2. С. 169-176.
3. *Журавлев С. И.* Клиповое мышление как способ видения реальности // *Аспирантский вестник Поволжья.* 2014. № 7-8. С. 27-31.
4. *Семеновских Т. В.* «Клиповое мышление» – феномен современности. 2013. [ Электронный ресурс] - URL: <http://www.jaki.ru/wpress/2013/02/18/3208/>.
5. *Леонтьев М.* Жестокий дефицит конкуренции – болезнь отечественного рынка. [Электронный ресурс] - URL: [http://odnako.org/magazine/material/show\\_19571](http://odnako.org/magazine/material/show_19571).
6. *Люди с клиповым мышлением элитой не станут* [Электронный ресурс] - URL: <http://www.rosbalt.ru/piter/2015/03/28/1382125.html>.
7. *Пудалов А. Д.* Клиповое мышление – современный подход к познанию // *Сборник научных трудов ангарского государственного технического университета.* 2011. С. 229-233.