



УДК 101.1:316

Клиповое мышление в контексте образовательных практик: социально-философский анализ

А. Л. Крайнов

Крайнов Андрей Леонидович, кандидат философских наук, доцент кафедры социально-правовых и гуманитарно-педагогических наук, Саратовский государственный аграрный университет имени Н. И. Вавилова, kraival@sgau.ru

В статье анализируется клиповое мышление как феномен информационного общества. Цель – определить степень влияния глобальной компьютеризации на качество образовательного процесса и выявить оптимальные способы задействования клипового мышления в нем. Зависимость человека от информационных гаджетов влияет на его аналитические способности, в результате чего он перестает глобально мыслить и анализировать большие объемы важной информации. Особенно отчетливо эффект клипового мышления виден в системе образования на примере учеников и студентов, утративших способность осмысленно пересказывать научный текст, не подглядывая в смартфон или реферат. Данная проблема не связана с их нежеланием учиться, а является следствием применения стандартов коммуникации цифрового общества, основанных на передаче и восприятии малого объема информации, детерминированного размерами экрана цифрового гаджета. Клиповое мышление делает его обладателя склонным к различного рода манипуляциям за счет снижения уровня критического восприятия информации. Тем не менее современную тенденцию информатизации системы образования и связанные с ней последствия нельзя устранить, следовательно, необходимо научиться по-новому выстраивать коммуникацию с обучающимися, – таким образом, чтобы клиповое мышление не препятствовало, а способствовало образовательному процессу. В связи с этим особое внимание следует уделить использованию мультимедийных технологий в системе образования и элементов геймификации.

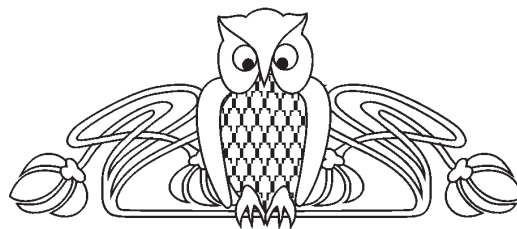
Ключевые слова: клиповое мышление, информационное общество, глобализация, манипуляция сознанием, образование.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-3-262-266>

Актуальность исследования обусловлена влиянием информационной глобализации общества на мышление человека, способствуя его дискретизации. Клиповое мышление приводит к интеллектуальной деградации, представляя собой угрозу для общества.

Цель исследования заключается в анализе феномена клипового мышления и поиске путей нивелирования условий его формирования.

Новизна рассматриваемой темы состоит в осмыслении клипового мышления как феномена, возникновение которого детерминировано развитием информационно-телекоммуникационных устройств и сети Интернет.



У истоков возникновения понятия «клиповое мышление» стоит американский ученый Э. Тоффлер, который вводит в философский дискурс понятие клип-культуры (blip culture), характеризующее переход от массового общества Второй волны к информационному обществу Третьей волны [1, р. 181]. В оригинале используется понятие «блип», что означает мерцающую точку на экране. «Вместо получения пространных, соотносящихся друг с другом “полос” идей, собранных и систематизированных, нас все больше пичкают короткими модульными вспышками информации – рекламой, командами, теориями, обрывками новостей, какими-то обрезанными, усеченными кусочками, не укладывающимися в наши прежние ментальные ячейки» [1, р. 182].

Следует отметить, что философ видел в данной тенденции переход от массовизации общества к его индивидуализации, уповая на то, что новые информационные технологии способствуют избирательному подходу к информации и повышению компетентности человека, который должен анализировать огромный информационный поток и учиться выбирать из него нужное, в отличие от старых технологий Второй волны [1, р. 183].

Рассмотрим, оправдалась ли вера Э. Тоффлера в информационный прогресс как демассификацию цивилизации средствами масс-медиа. Произошел ли переход от пассивного потребителя навязываемой извне информации к потребителю-избирателю информационного потока, который представляет собой ярко выраженную индивидуальность с хорошо развитым критическим мышлением и аналитическими способностями?

С уверенностью можно сказать, что сегодняшний потребитель продуктов масс-медиа, безусловно, выбирает что и на каком носителе воспринимать. Более того, сами поставщики информации используют таргетинг для ее распространения, т. е. целенаправленную ориентированность на географические, половозрастные, вкусовые и прочие характеристики реципиента. Тем не менее клиповая культура, описанная Э. Тоффлером, привела к возникновению клипового мышления, но не решила проблему демассификации общества.



Возникновение клипового мышления во многом детерминировано способом передачи информации с помощью современных информационно-телекоммуникационных устройств и появлением сети Интернет. Оно как бы возвращалось годами, находясь в зависимости от огромного объема информации, с одной стороны, и жесткими рамками ее передачи, с другой. Достаточно вспомнить следующие стандарты ограничения восприятия информации:

пейджер – на дисплее, в среднем, отображалось 94 символа;

SMS-сообщение – 70 символов на кириллице, 160 на латинице;

твит – 140–280 символов;

пост в Интернете – идеальная длина составляет 1600 слов или 7 мин. на чтение [2].

Другим немаловажным фактором подачи информации, способствующим ограничению мышления, является размер экрана цифрового гаджета. Речь, прежде всего, идет о сотовых телефонах и смартфонах как наиболее часто используемых цифровых устройствах для коммуникации и выхода в Интернет [3]. Первые экраны были очень малы и малофункциональны, да и современные 6-дюймовые экраны смартфонов сужают угол зрения при чтении информации в отличие от книги. Если учесть, что информационные технологии в мире активно начали развиваться с 70–80-х годов, а в жизнь россиян вошли с 90-х годов XX в., получается, что целое поколение (и не одно) выросло на новых стандартах восприятия информации.

Согласно Е. В. Русских «в настоящее время, в век скоростных технологий, наблюдается снижение качества чтения среди юношества» [4, с. 236]. Виной тому автор считает восприятие цифрового гаджета как средства отвлечения от реальности, главная задача которого развлекать. В связи с этим молодежь утратила тягу к чтению серьезной научной или художественной классической литературы, а следовательно, способность воспринимать и анализировать сложную информацию. Смартфоны, а также планшеты, электронные книги и прочие медианосители как основные источники получения информации в молодежной среде сформировали у юношества два типа чтения: прагматическое и компенсаторное (4, с. 236). Первое используется для поиска необходимой информации в Интернете, второе – для отдыха или развлечения.

Сложные тексты современная молодежь отказывается воспринимать также в силу маленького экрана цифрового устройства, сужения угла зрения при чтении с него и постоянных прокруток (скроллинга) текста, что раздражающе

действует на восприятие материала. По мнению В. Н. Коваленко, «узость поля зрения, т.е. размер единицы восприятия текста, затрудняет более глубокое и точное восприятие прочитанного» [5, с. 120]. Известно, что широкий угол зрения способствует лучшему поиску информации и анализу текста, но такой подход возможно реализовать только при классической работе с книгой, а перелистывать аналоговые страницы намного проще и удобнее, чем пользоваться линейкой прокрутки текстового редактора или электронной книги.

Вышеописанные особенности восприятия информации посредством цифровых гаджетов имеют печальное продолжение в системе высшего образования, когда студенты во всем полагаются на помощь электронного друга, не уделяя несколько внимания процессу осмысления научного текста. Складывается ситуация, когда подручный Интернет превращается в сознании студента в «палочку-выручалочку», готовую всегда прийти на помощь, вследствие чего он по-другому начинает относиться к образовательному процессу, полагаясь на то, что всегда успеет подсмотреть и ответить.

«Способность формулировать мысль, понятную для окружающих, и передать основные ее положения стали большой редкостью», – пишет Т. В. Семеновских [6, с. 5]. Эта «редкость» обусловлена лавиной информации, захлестнувшей сознание студентов, льющейся на них из Интернета как основного СМИ, используемого молодежью. Каждую секунду их мозгу приходится реагировать на десятки постов на интернет-форумах и в социальных сетях, фильтровать SMS-сообщения и новостные уведомления, просматривать электронную почту и между делом искать ответы на задания преподавателей. И все это происходит на одном маленьком экране смартфона. Перед их глазами только успевают мелькать окна, иконки и строчки текста. Причем одним из критериев отношения современной молодежи к новостному сообщению, размещенному в сети Интернет, является его лаконичность. Чем быстрее сознание проанализирует очередную порцию входящей информации, тем быстрее оно переключится на новые информационные блоки [7, с. 469]. Поэтому довольно распространенным ответом на большой текст, размещенный автором на форуме в Интернете, является «ниасилил многобукаф», что означает, что читать этот текст никто не будет [8]. На самом деле данный ответ свидетельствует о перегруженности сознания реципиента информацией и его неспособностью что-либо анализировать и воспринимать.



В итоге носитель клипового мышления становится уязвимым для любых манипуляций масс-медиа, так как мозаичность его сознания способна воспринимать только то, что здесь и сейчас, что непосредственно происходит и подается через информационно-телекоммуникационные устройства. Любые информационные блоки, требующие глубокого анализа, вызывают у него отторжение и вводят в ступор. Клип не может быть большим по определению, соответственно, клиповое мышление осуществляется только в масштабах усеченной подачи информации.

Данным свойством мозаичного сознания часто пользуются гении рекламы и маркетинга, коммивояжеры, аферисты и мошенники. Они создают яркие, короткие и без труда воспринимающиеся информационные блоки-образы, сформированные с учетом зрительного восприятия текста и аудио-, видеоинформации целевой аудиторией. Отсутствие либо низкий уровень критического мышления у людей клиповой культуры помогает вышеперечисленным заинтересованным лицам манипулировать ими, реализуя поставленные цели. «Пользователи компьютера, обладающие клиповым фрагментарным сознанием, часто не в состоянии критически оценить те или иные сообщения, установить причинно-следственную связь между событиями» [9, с. 174].

Согласно О. А. Старицыной люди с клиповым мышлением становятся «подопытным» при апробировании различных технологий влияния силами, борющимися за человеческие, природные и материальные ресурсы [10, с. 335]. В связи с этим клиповое мышление может не только способствовать увеличению уровня продаж определенного товара (услуги) или обогащению отдельно взятых лиц, но и служить проводником для совершения экстремистских и террористических действий. Не секрет, что каскад оранжевых революций на Ближнем Востоке и в Северной Африке, так называемая Арабская весна (2010–2011 гг.), во многом произошел благодаря координации действий оппозиционной молодежи через социальные сети и Интернет. Не будем давать оценку произошедшим событиям и преувеличивать роль Интернета в их осуществлении (многие авторы считают, что Арабская весна произошла бы и без Интернета [11, с. 192]), но несомненен сам факт, что информационные технологии послужили в данном случае мощным катализатором развития событий, намного ускорив их осуществление посредством манипуляций сознанием протестных масс.

В связи с негативными аспектами феномена клипового мышления напрашивается вопрос о способах и методах их устранения. В этой

ситуации совершенно очевидно, что бороться с сетью Интернет и цифровыми информационно-телекоммуникационными устройствами не представляется реальным в свете глобальных процессов информатизации жизни общества. Тем не менее стоит задуматься об ограничении использования цифровых гаджетов на занятиях в средних и высших учебных заведениях. Безусловно, данная мера не решит в одночасье все когнитивные проблемы отдельно взятого человека, но она приведет к активизации его мыслительных способностей, которые будут задействованы для запоминания и анализа изучаемого материала.

В частности, «личные смартфоны мешают школьникам учиться», – такого мнения придерживаются 83% россиян, принявших участие в опросе ВЦИОМ в начале сентября 2018 г. [12]. Инициатива ограничить использование телефонов школьниками на уроках поддерживается респондентами всех возрастов и рассматривается ими не как вторжение в личное пространство детей, а как способ повысить их концентрацию на учебном процессе.

Ограничение использования цифровых гаджетов в образовательном процессе является скорее полумерой, чем эффективным способом решения проблемы. Поэтому целесообразным представляется задействование клипового мышления в контексте образовательных практик, поиск новых образовательных стратегий, основанных на использовании преимуществ данного феномена.

Согласно Л. В. Калашниковой клиповое мышление представляет собой один из адаптивных механизмов головного мозга для обеспечения максимальных адаптивных возможностей человека применительно к его среде обитания [13]. С. И. Симакова пишет, что на смену эпохи Гутенберга пришла эпоха Цукерберга, и современная молодежь совершенно по-иному воспринимает информацию, используя преимущества клипового мышления, в частности, мгновенное выделение главного [14]. «... У поколения Цукерберга развито умение мгновенного понимания предложенной информации: посмотрел картинку, заголовок, абзац – и уже считал всю самую важную информацию – все понял. Это талант, свойственный новой эпохе» [14, с. 112].

На основе данного подхода к проблеме клипового мышления невольно напрашивается вывод об изменении формата подачи информации молодежи в процессе образовательных практик. Максимально активизировать их мыслительные способности можно путем задействования информационных технологий для подачи информации. Это могут быть интерактивные доски, мультимедиа-презентации, учебные фильмы,



компьютерные программы, – все то, что работает с образами, позволяет мгновенно ухватить сущность. С такой точкой зрения, в частности, согласна О. А. Старицына, которая предлагает использовать в образовательном процессе технологии геймификации, в наибольшей степени соответствующие особенностям мышления и восприятия информации современными студентами [15, с. 273].

Таким образом, проблема клипового мышления требует к себе особого внимания, так как будущее всегда за молодым поколением и от того, насколько целостно это поколение способно мыслить, будет зависеть дальнейшее развитие человечества.

Выводы:

1. Феномен клипового мышления является продуктом информационного общества, он связан с увеличением объема воспринимаемой человеком информации и развитием цифровых информационно-телекоммуникационных технологий. Таким образом, это побочный эффект информатизации общества, возникший естественным путем.

2. Клиповое мышление, с одной стороны, деструктивно влияет на критическое восприятие информации, лишает человека ее целостного системного анализа, делает его открытым для суггестивного воздействия, а с другой, обладает несомненным преимуществом, заключающимся в мгновенном выхватывании сущности из информационного потока, нестандартном анализе большого объема информации. Особенно заметна данная тенденция среди молодежи.

3. Клиповое мышление молодежи следует воспринимать как данность и вырабатывать новые образовательные практики, способствующие максимальной активизации преимуществ данного вида мышления. Несомненным является факт, согласно которому бороться с феноменом клипового мышления на фоне возрастающей роли информационных технологий в жизни общества не представляется возможным. Тем не менее клиповым мышлением молодежи можно управлять посредством внедрения в образовательные практики визуальных методов обучения, включающих в себя графики, блок-схемы, ментальные карты, диаграммы, презентации, учебные фильмы, видеоклипы, компьютерные тесты, элементы геймификации, – все то, что способствует клиповой подаче информации.

Список литературы

1. *Toffler A.* The Third Wave. William Morrow and Company inc. N.Y., 1980. 544 p.
2. Размер имеет значение. Идеальная длина поста для блога или соцсетей. URL: <http://leadmachine.ru/2016/02/17/dlina-posta/> (дата обращения: 18.03.2019).
3. Интернет 2017–2018 в мире и в России : статистика и тренды. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (дата обращения: 18.03.2019).
4. *Русских Е. В.* Современное юношеское чтение и электронные ресурсы как способ приобщения к книге // Вестн. Брянск. гос. ун-та. 2015. № 3. С. 236–240.
5. *Коваленко В. Н.* Специфика динамического чтения как способа извлечения информации из текста // Изв. Волгогр. гос. пед. ун-та. 2012. № 4. С. 117–120.
6. *Семеновских Т. В.* Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде // Интернет-журнал «Науковедение». 2014. Вып. 5 (24). С. 1–10.
7. *Пронин В. В.* Клиповое мышление студента в дистанционном обучении // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2014. № 2 (2). С. 468–471.
8. TL;DR. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/TL;DR> (дата обращения: 18.03.2019).
9. *Доука С.В.* Клиповое мышление как феномен информационного общества // Общественные науки и современность. 2013. № 2. С. 169–176.
10. *Старицына О. А.* Клиповое мышление как условие успешности информационных войн // Азимут научных исследований : экономика и управление. 2018. Т. 7, № 1 (22). С. 335–339.
11. *Желтов В. В., Желтов М. В.* Интернет, протестные движения и арабская весна // Территория новых возможностей. Вестн. Владивост. гос. ун-та экономики и сервиса. 2014. № 1 (24). С. 189–204.
12. Запретная связь : отберут ли у школьников телефоны. URL: <https://www.gazeta.ru/social/2018/09/19/11975401.shtml> (дата обращения: 18.03.2019).
13. *Калашиникова Л. В.* Клиповое мышление как формат подачи информации в процессе образовательной деятельности // Образование, наука и производство. 2014. № 4. С. 67–71.
14. *Симакова С. И.* Клиповизация мышления у молодежи как следствие развития визуальных коммуникаций в СМИ // Знак : проблемное поле медиаобразования. 2017. № 2 (24). С. 107–118.
15. *Старицына О. А.* Клиповое мышление vs образование. Кто виноват и что делать? // Азимут научных исследований : педагогика и психология. 2018. Т. 7, № 2 (23). С. 270–274.

Образец для цитирования:

Крайнов А. Л. Клиповое мышление в контексте образовательных практик: социально-философский анализ // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19, вып. 3. С. 262–266. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-3-262-266>



Clip Thinking in the Context of Educational Practices: a Socio-philosophical Analysis

A. L. Kraynov

Andrey L. Kraynov, <https://orcid.org/0000-0002-2119-0065>, Saratov State Agrarian University named after N. I. Vavilov, 1 Teatralnaya Squ., Saratov 410012, Russia, krainoval@sgau.ru

The article is devoted to the analysis of clip thinking as a phenomenon of the information society. In the context of global computerization, a person constantly interacts with the information and telecommunication network – the Internet – through various devices, which greatly affect his analytical skills. As a result of this interaction, he ceases to think globally and analyze large volumes of serious information. His consciousness becomes mosaic, and his thinking is fragmentary. The effect of clip thinking is particularly evident in the system of education taking the example of students who have lost the ability to retell a scientific text in a meaningful way without peeping into a smartphone or an abstract. This problem is not related to their unwillingness to learn, but with the standards of communication of the digital society, based on the transfer and perception of a small amount of information determined by the size of the screen of a digital gadget. Besides, clip thinking makes the consciousness of its owner compliant to various kinds of manipulations by reducing the level of critical perception of information. Mosaic consciousness jumps from one information to another, without lingering on anything or going into its analysis. Such informational chaos in the mind is capable of engaging its carrier in various unpleasant situations. To solve the problem of clip thinking, it is necessary to determine the role of information and communication technologies in the educational process at the institutional level.

Keywords: clip thinking, information society, globalization, manipulation of consciousness, education.

References

1. Toffler A. *The Third Wave. William Morrow and Company inc.* New York, 1980. 544 p.
2. Razmer imeet znachenie. *Idealnaya dlina posta dlya bloga ili sotssetey* (Size Matters. The Ideal Length of a Post for a Blog or Social Networks). Available at: <http://leadmachine.ru/2016/02/17/dlina-posta/> (accessed 18 March 2019) (in Russian).
3. *Internet 2017–2018 v mire i v Rossii: statistika i trendy* (Internet 2017–2018 in the World and in Russia: Statistics and Trends). Available at: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/> (accessed 18 March 2019) (in Russian).
4. Russkikh E. V. Modern Youth Reading and Electronic Resources as a Way of Familiarizing with the Book. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Bryansk State University], 2015, no. 3, pp. 236–240 (in Russian).
5. Kovalenko V. N. Specificity of Dynamic Reading as a Way to Extract Information from the Text. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [News of the Volgograd State Pedagogical University], 2012, no. 4, pp. 117–120 (in Russian).
6. Semenovskikh T. V. The Phenomenon of “Clip Thinking” in the Educational University Environment. *Internet-zhurnal “Naukovedenie”* [The online Magazine “Science”], 2014, iss. 5 (24), pp. 1–10 (in Russian).
7. Pronin V. V. Student’s Clip Thinking in Distance Learning. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo* [Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod], 2014, no. 2 (2), pp. 468–471 (in Russian).
8. *TL;DR*. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/TL;DR> (accessed 18 March 2019) (in Russian).
9. Dokuka S. V. Clip Thinking as a Phenomenon of the Information Society. *Obshchestvennye nauki i sovremennost* [Social Sciences and Modernity], 2013, no. 2, pp. 169–176 (in Russian).
10. Staritsyna O. A. Clip Thinking as a Condition for the Success of Information Wars. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie* [The Azimuth of Scientific Research: Economics and Management], 2018, vol. 7, no. 1 (22), pp. 335–339 (in Russian).
11. Zheltov V. V., Zheltov M. V. Internet, Protest Movements and the Arab Spring. *Territoriya novykh vozmozhnostey. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa* [The Territory of New Opportunities. Herald of the Vladivostok State University of Economics and Service], 2014, no. 1 (24), pp. 189–204 (in Russian).
12. *Zapretnaya svyaz: otberut li u shkolnikov telefony* (Forbidden Communication: Will Telephones Be Taken Away from Students). Available at: <https://www.gazeta.ru/social/2018/09/19/11975401.shtml> (accessed 18 March 2019) (in Russian).
13. Kalashnikova L. V. Clip Thinking as a Format of Information Presentation in Cognitive Activity. *Obrazovanie, nauka i proizvodstvo* [Education, Science and Production], 2014, no. 4, pp. 67–71 (in Russian).
14. Simakova S. I. Clip Thinking of Young People as a Result of the Development of Visual Communications in the Media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: the Problem Field of Media Education], 2017, no. 2 (24), pp. 107–118 (in Russian).
15. Staritsyna O. A. Clip Thinking vs Education. Who is to Blame and What to Do? *Azimut nauchnykh issledovaniy: pedagogika i psikhologiya* [Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology], 2018, vol. 7, no. 2 (23), pp. 270–274 (in Russian).

Cite this article as:

Kraynov A. L. Clip Thinking in the Context of Educational Practices: a Socio-philosophical Analysis. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2019, vol. 19, iss. 3, pp. 262–266. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-3-262-266>