

Клиповость как характеристика сознания современной молодёжи.

Давыдова Мария Анатольевна

Аспирант кафедры социальных коммуникаций и технологий
Южного федерального университета. Г. Ростов-на-Дону. Россия
davydova80@yandex.ru

Изучение влияния современного телевидения на восприятие и стиль мышления молодежной аудитории, которая проводит достаточное количество времени у телевизора, позволил выявить такие характерные черты как фрагментарность, быстрая смена образов, краткосрочная концентрация внимания. Совокупность этих характеристик была объединена в термин – «клиповое сознание», который используется в профессиональном сленге тележурналистов. Речь идет, скорее о качественной характеристике сознания (клиповость), которая формируется средствами массовой культуры и, особенно, такого ее направления как телереклама. Не малую роль в формировании клиповости играет также Интернет - современный источник получения информации городской продвинутой молодежью. Коммуникационными модели, которые внедряются Интернетом и телевидением, «глянцевыми» журналами в молодежную среду и широко используются сегодняшней молодежью, являются ток-шоу, реалити-шоу, стратегиями межличностного поведения- isq, живой журнал и блоги. Поэтому не корректно к этим институтам масс-медиа относится лишь как к источникам информации, они должны рассматриваться как полноправные институты социализации молодежи. Их специфика состоит в иллюзии демократизма (т.к. молодой человек сам решает проблему включаться ли ему во взаимодействие с конкретным источником, становится ли частью аудитории конкретной передачи), образности, эмоциональности и обеспечением пассивности для зрителя.

Согласно сценарию подавляющего большинства реалити-шоу успех, богатство, слава и общественное признание достается тем, кто смог проявить свою индивидуальность, пойти на авантюры и не всегда честным путем получать желаемое. Парадокс заключается в том, что виртуальный мир массовой коммуникации предлагает простые и понятные решения, которые слабо воплотимы в реальную жизнь молодого человека. От невозможности реализовать задуманное возникает разная степень отчуждения. У одних это проявляется в неверие в собственные силы, другие находят виновников своих неудач среди родных близких. Таким образом, формируется новая черта современности - *деструктивный* индивидуализм – установки на обособленность и отчужденность от социальной жизни, замкнутость на целях, сконцентрированных на собственной личности.

Социализирующая функция указанных масс-медиа для молодежи состоит в том, что они берут на себя роль «значимого другого», стимулируя самоактуализацию личности молодого человека. Но внедряемая центральная установка самоактуализации - стать представителем престижной группы, которая ассоциируется с престижными формами потребления услуг и товаров. Опираясь на рекламу, TV предлагает заместить идентичность с реальной группой на иллюзорную идентичность с престижной, но номинальной (виртуальной) группой.

Масс-медиа как «значимый другой» создает иную коммуникативную среду для молодого человека. Традиционный тип сознания ставит индивида в зависимость от коммуникационной системы, которая создана в его микросреде – семье, коллективе сверстников, поселенческой общности. Телевидение и Интернет расширяют пространство коммуникации и искусственно создают расфокусировку внимания, позволяющую постоянно переключаться с одного объекта на другой, не концентрируясь на чем-то одном, создают иллюзию автономии индивида и тем самым усиливают реальную его степень индивидуализации и обособленности от ближайшего окружения.

Можно выделить главные личностные характеристики, которые возникают под влиянием клиповости сознания:

1) снижение интереса к обучению, поскольку оно не рассматривается как способ формирования будущего, да и будущее мало интересует молодого человека. Основой

мировоззрения служат формулы о быстротечности жизни и необходимости наслаждаться и «брать от жизни все»;

2) ослабление и снижение интереса к поиску и формированию духовных связей; усиление прагматического аспекта во взаимоотношениях с людьми;

3) доминирование индивидуалистических ценностей, направленных на удовлетворении таких качеств как тщеславие, эгоизм и другие;

4) снижает способности индивида к самоанализу, что проявляется в поверхностной, но абсолютно уверенной оценки происходящих процессов, нежелании вникать в суть проблем, акцентируя внимание только на внешних признаках, стереотипизации мышления.

Таким образом, не декларируя задач формирования мышления и ценностных установок, указанные масс-медиа активно навязывают свою стратегию «воспитания», главной задачей которого является воспитание индивидуализированного потребительского стиля жизни. Формирование клиповости сознания выступает механизмом внедрения модели поведения, направленной на дистанцирование индивида от ближайшего окружения и от общих коллективистских ценностей; утверждает позицию индивидуализма. Он играет значительную роль в системе ценностей современной молодёжи, и проявляется в постоянном стремлении к независимости. Деструктивный индивидуализм демонстрирует новые проявления. Отчуждение молодого человека проявляется в так называемом «одиночестве в толпе». Он, на первый взгляд, вполне социален, возможно, у него есть постоянное общество. Но это не коллектив в привычном понимании, это некая группа, основанная на прагматических взаимоотношениях. Подобный индивид, даже находясь в коллективе, принимая участие, например, в студенческих мероприятиях или во внеклассной работе продолжает существовать, как бы в параллельном мире, отделенном стеной индивидуалистических ценностей и прагматических мыслей.

Современные образовательные учреждения оказываются мало эффективными в противостоянии воздействию этих источников информации по целому ряду причин. Во-первых, процесс обучения человека с развитым клиповостью мышления и в традиционной знаниевой парадигме, и в парадигме развивающего обучения становится проблематичным, поскольку теряется способность к сосредоточенному размышлению, к глубине восприятия. Это качество является результатом действия биологического механизма защиты от информационных шумов, повышающего порог нашего восприятия, делая его поверхностным и фрагментарным. Во-вторых, образовательная деятельность имеет трудовой характер и ориентирована на перспективное и долгосрочное инвестирование интеллектуальных и волевых ресурсов личности. Интернет-ресурсы и телевидение сулят получение «сгустков» социального опыта более легким и интересным способом, что срывает не в пользу обучения в образовательных учреждениях.