

*Кушихов Алихан Валерьевич*

*магистрант института менеджмента , туризма и индустрии  
гостеприимства Кабардино-Балкарского государственного университета*

*имени Х.М. Бербекова*

*г. Нальчик, Россия*

*Глушко Артём Сергеевич*

*магистрант института менеджмента , туризма и индустрии  
гостеприимства Кабардино-Балкарского государственного университета*

*имени Х.М. Бербекова*

## **ФЕНОМЕН «КЛИПОВОГО» ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ**

*Аннотация.* Данная работа направлена на исследование теоретических основ данного феномена, его истории, причин возникновения, а также влияния на когнитивные и психологические аспекты. Статья затрагивает вопросы, связанные с понятием и классификацией «клипового» восприятия информации.. Особое внимание в анализе уделяется преимуществам и недостатком того или иного способа воздействия информации , что позволяет лучше понять, как краткие и фрагментарные формы контента влияют на когнитивные процессы, обучение, социальные взаимодействия и коммуникации.

*Ключевые слова.* «Клиповое» восприятие информации, цифровые данные, эмоциональная манипуляция , фрагментарность информации, фейковые новости и дезинформация, удержание внимания, визуальное доминирование, массовые коммуникации, межличностные коммуникации.

## PHENOMENON OF “CLIP” PERCEPTION OF INFORMATION

***Annotation.** The article touches on issues related to the concept and classification of “clip” perception of information. The text highlights methods and means of influencing human attention. Particular attention is paid to the advantages and disadvantages of this or that method of exposure to information, which allows us to better understand how brief and fragmented forms of content affect cognitive processes, learning, social interactions and communications.*

***Keywords.** “Clip” perception of information, digital data, emotional manipulation, fragmentation of information, fake news and disinformation, attention retention, visual dominance, mass communications, interpersonal communications.*

Феномен «клипового» восприятия информации представляет собой новое явление, характерное для цифровой эпохи, связанное с фрагментарным и поверхностным потреблением информации. В связи с развитием цифровых технологий и увеличением объемов доступной информации изменяются когнитивные процессы и привычки потребления медиа[14].

Под «клиповым» восприятием информации понимается потребление кратких, фрагментарных информационных блоков, характерное для современных медиа. В отличие от традиционных форматов, клиповое восприятие характеризуется высокой скоростью потребления информации, поверхностным пониманием содержания и низкой концентрацией внимания. Термин «клиповое мышление» происходит от английского слова «clip», что означает короткий видеоролик, и исторически связано с культурой музыкальных клипов и рекламных роликов.

Исторически феномен «клипового» восприятия возник с развитием массовых медиа, таких как телевидение и интернет. Важную роль сыграли технологические факторы, включая развитие цифровых технологий и мобильных устройств, а также популяризация социальных сетей и платформ

для обмена короткими видео, таких как YouTube, TikTok и Instagram. Социальные и культурные изменения, такие как изменение привычек потребления информации и рост количества доступной информации, также способствовали возникновению данного феномена[9].

Основные теории информации, включая теорию передачи информации Шеннона и Вивера, а также теорию использования и удовлетворения (Uses and Gratifications Theory), предоставляют основу для понимания «клипового» восприятия. Когнитивные модели восприятия, такие как теория когнитивного перегрузки (Cognitive Load Theory) и теория многозадачности и распределенного внимания, объясняют влияние мультимедийных стимулов на когнитивные процессы. Исследования показывают, что сочетание текста, изображений и видео влияет на восприятие и запоминание информации[5].

Цифровые технологии оказывают значительное влияние на когнитивные процессы, изменяя когнитивную архитектуру мозга и адаптируя его к новым формам восприятия. Нейрофизиологические исследования показывают изменения в структурах мозга, отвечающих за внимание и память, вызванные постоянным потоком информации. Психологические аспекты включают влияние фрагментарной информации на пользователей, их критическое мышление и способность к глубокому анализу[12].

Современные исследования феномена «клипового» восприятия охватывают широкий спектр вопросов, включая статистические данные по потреблению медиаконтента и анализ ключевых исследований. Дискуссии касаются влияния «клипового» восприятия на когнитивные способности, критики поверхностного восприятия и его последствий для общества. Перспективы дальнейших исследований включают выявление пробелов в существующих исследованиях и разработку новых методик изучения данного феномена.

Феномен «клипового» восприятия характеризуется изменениями в когнитивных процессах, включая внимание и память. Психологические

исследования показывают, что краткие и насыщенные информационные блоки привлекают внимание пользователей, но часто приводят к поверхностному усвоению информации. Люди склонны обрабатывать информацию быстро и выбирать только наиболее яркие и эмоционально насыщенные фрагменты, что снижает глубину понимания и анализа[3].

Нейрофизиологические исследования показывают, что постоянный поток фрагментированной информации изменяет мозговую активность. Исследования на тему влияния экранного времени на мозговую активность демонстрируют, что такие изменения могут включать повышение уровня дофамина, связанного с быстрой наградой и удовлетворением, что делает потребление коротких видеоклипов более привлекательным. Эти изменения могут также затрагивать структуры мозга, отвечающие за долговременную память и концентрацию внимания[1].

Кратковременное восприятие информации способствует развитию многозадачности и снижению концентрации. Исследования показывают, что постоянное переключение между задачами и информационными блоками снижает способность к длительной концентрации и глубокому анализу. Это приводит к тому, что информация усваивается поверхностно и часто забывается быстро, что оказывает негативное влияние на долговременную память.

Мультимедийные стимулы, такие как изображения, видео и аудио, играют важную роль в «клиповом» восприятии информации. Исследования показывают, что мультимедийные элементы могут усилить восприятие и запоминание информации за счет привлечения большего числа сенсорных каналов. Однако, в контексте клипового восприятия, это часто приводит к перегрузке когнитивной системы и снижению качества усвоения информации.

Современные исследования подтверждают, что «клиповое» восприятие информации оказывает значительное влияние на когнитивные процессы. Дискуссии в научном сообществе касаются как положительных, так и

отрицательных аспектов данного феномена. С одной стороны, клиповое восприятие позволяет быстрее адаптироваться к новым условиям и получать информацию из различных источников. С другой стороны, это снижает способность к критическому мышлению и глубокому анализу, что может иметь долгосрочные негативные последствия для общества.

С переходом к цифровому обществу изменяются не только методы потребления информации, но и образовательные подходы. Феномен «клипового» восприятия информации оказывает значительное влияние на обучение и образовательные методики. Эта глава рассматривает, как короткие формы контента влияют на образовательный процесс, какие преимущества и недостатки они несут, а также примеры адаптации учебных материалов к новому формату восприятия[11].

Образовательные методики претерпевают значительные изменения в условиях «клипового» восприятия информации. Традиционные формы подачи материала часто заменяются или дополняются мультимедийными и интерактивными элементами. Короткие видео, инфографика и анимации становятся неотъемлемой частью учебного процесса. Учителя и преподаватели адаптируют свои методики, чтобы привлечь и удержать внимание студентов, используя более динамичные и визуально насыщенные формы подачи информации. Преимущества и недостатки коротких форматов контента в образовании

Преимущества:

1. Удержание внимания: Короткие и динамичные видео и анимации помогают удерживать внимание студентов и делают обучение более интересным.
2. Упрощение сложных концепций: Инфографика и анимации могут сделать сложные концепции более доступными и понятными.
3. Быстрое усвоение информации: Студенты могут быстро усваивать ключевые моменты благодаря краткости и наглядности материала.

Недостатки:

1. Поверхностное понимание: Короткие форматы могут способствовать поверхностному восприятию информации, без глубокого анализа и критического осмысления.

2. Недостаток контекста: В кратких видео часто отсутствует необходимый контекст, что может затруднять полное понимание темы.

3. Проблемы с концентрацией: Привычка к коротким и быстро сменяющимся блокам информации может негативно сказаться на способности концентрироваться на длительных заданиях и лекциях

Адаптация учебных материалов для цифрового поколения. Для успешной адаптации учебных материалов к «клиповому» восприятию необходимо учитывать особенности восприятия цифрового поколения.

Преподаватели используют следующие подходы:

1. Мультимедийные ресурсы: Включение в учебные материалы видео, анимаций и инфографики для визуализации сложных концепций.

2. Интерактивные элементы: Использование интерактивных упражнений и тестов для активного вовлечения студентов в процесс обучения.

3. Модульное обучение: Разделение учебного материала на небольшие модули или блоки, которые можно быстро и легко усвоить.

4. Гибкие форматы: Предоставление студентам возможности выбирать форматы обучения, которые наиболее подходят их стилю восприятия информации.

5. Анализ успешных кейсов внедрения «клиповых» форматов в образовательный процесс

Рассмотрим несколько успешных кейсов внедрения «клиповых» форматов в образовательный процесс:

1. Khan Academy: Платформа, предлагающая образовательные видео по различным предметам. Видео короткие и наглядные, что позволяет студентам быстро усваивать материал.

2. TED-Ed: Интерактивные уроки и анимации по различным темам, которые привлекают внимание и делают обучение интересным

3. Coursera и edX: Онлайн-курсы, включающие короткие видео-лекции, тесты и задания, что делает обучение более гибким и доступным[7].

Эти кейсы демонстрируют, как успешное использование «клиповых» форматов может улучшить качество образования и повысить заинтересованность студентов[2].

Феномен «клипового» восприятия информации не только изменяет способы получения и обработки информации, но и оказывает значительное влияние на социальные взаимодействия и коммуникации. В этой главе рассматриваются особенности распространения клиповой информации через социальные сети, влияние коротких форматов на качество межличностных и массовых коммуникаций, вопросы достоверности информации и манипуляции, а также социальные и культурные последствия данного явления[15].

Социальные сети и мессенджеры стали основными платформами для распространения клиповой информации. Ключевые особенности этих платформ включают:

1. Визуальное доминирование: Платформы, такие как Instagram, TikTok и Snapchat, ориентированы на визуальные медиа, что способствует распространению коротких видеороликов и изображений

2. Быстрое распространение: Вирусный характер контента в социальных сетях позволяет информации быстро распространяться среди большого числа пользователей.

3. Алгоритмическая фильтрация: Алгоритмы платформ подстраивают ленты новостей под интересы пользователей, что усиливает эффект клипового восприятия.

4. Мгновенные коммуникации: Мессенджеры, такие как WhatsApp и Telegram, позволяют быстро обмениваться короткими сообщениями и мультимедийными файлами, способствуя клиповому восприятию[6].

Межличностные коммуникации:

1. Упрощение общения: Короткие сообщения и визуальные элементы упрощают и ускоряют общение, но могут снижать глубину взаимодействия.

2. Снижение эмпатии: Ограничение общения короткими фрагментами может снижать уровень эмпатии и эмоциональной вовлеченности.

3. Проблемы с интерпретацией: Краткость сообщений увеличивает риск недопонимания и ошибочной интерпретации.

Массовые коммуникации:

1. Фрагментарность информации: Журналисты и медиа адаптируют контент для социальных сетей, что часто приводит к упрощению и фрагментации новостей.

2. Поверхностное восприятие: Пользователи потребляют информацию поверхностно, не вдаваясь в детали и контекст, что снижает качество понимания новостей.

3. Эмоциональная манипуляция: Короткие и яркие заголовки и изображения используются для привлечения внимания, что может приводить к эмоциональной манипуляции[4].

Фейковые новости и дезинформация:

1. Быстрое распространение: Короткие форматы и вирусные механизмы способствуют быстрому распространению фейковых новостей.

2. Сложность проверки: Пользователи часто не проверяют достоверность коротких сообщений и визуального контента.

3. Манипуляция: Злоумышленники могут использовать клиповое восприятие для манипуляции общественным мнением, распространяя дезинформацию и пропаганду.

Этические вопросы:

1. Ответственность платформ: Социальные сети и мессенджеры должны разрабатывать механизмы для борьбы с дезинформацией и фейковыми новостями

2. Профессиональные стандарты журналистики: Журналисты и медиа должны придерживаться высоких стандартов, обеспечивая достоверность и полноту информации, несмотря на давление со стороны клиповых форматов.

3. Социальные и культурные последствия распространения «клиповой» информации[13].

Социальные последствия:

1. Сокращение внимания: У пользователей снижается способность к длительной концентрации и глубокому анализу, что влияет на качество образования и профессиональной деятельности[8].

2. Изменение социальной динамики: Коммуникации становятся более поверхностными, что может влиять на качество межличностных отношений и социального капитала.

Культурные последствия:

1. Потребление культурных продуктов: Клиповые форматы изменяют способы потребления литературы, музыки и кино, стимулируя развитие новых жанров и форматов.

2. Влияние на общественное мнение: Краткие и эмоционально насыщенные фрагменты информации могут влиять на общественные настроения и политические предпочтения, способствуя поляризации общества[10].

Феномен «клипового» восприятия информации оказывает значительное влияние на социальные взаимодействия и коммуникации, изменяя качество межличностных и массовых коммуникаций, способствуя распространению фейковых новостей и манипуляций, а также приводя к социальным и культурным изменениям. Для эффективного адаптирования к новым условиям информационного окружения и минимизации негативных последствий необходимо продолжать исследование данного явления, а также

разрабатывать и внедрять стратегии, направленные на повышение медиа-грамотности и критического мышления пользователей.

Феномен «клипового» восприятия информации представляет собой значительное изменение в способах потребления и обработки информации, вызванное развитием цифровых технологий и социальных сетей. Исследование данного явления позволяет лучше понять, как краткие и фрагментарные формы контента влияют на когнитивные процессы, обучение, социальные взаимодействия и коммуникации.

«Клиповое» восприятие информации характеризуется высокой скоростью потребления, поверхностным пониманием содержания и низкой концентрацией внимания. Этот феномен возник с развитием массовых медиа и цифровых технологий, а также изменением привычек потребления информации.

Краткие и насыщенные информационные блоки привлекают внимание пользователей, но часто приводят к поверхностному усвоению информации. Нейрофизиологические исследования показывают изменения в структурах мозга, отвечающих за внимание и память, вызванные постоянным потоком информации.

Образовательные методики адаптируются к «клиповому» восприятию путем использования мультимедийных ресурсов, интерактивных элементов и модульного обучения. Короткие форматы контента могут улучшить удержание внимания и упростить сложные концепции, но также могут способствовать поверхностному восприятию и недостатку контекста[17].

Социальные сети и мессенджеры играют ключевую роль в распространении клиповой информации. Короткие форматы упрощают и ускоряют общение, но могут снижать его глубину и качество. В условиях клипового восприятия возрастает риск распространения фейковых новостей и манипуляций, что требует разработки механизмов борьбы с дезинформацией и повышения медиа-грамотности.

Феномен «клипового» восприятия информации является важным аспектом современного цифрового общества. Он оказывает значительное влияние на когнитивные процессы, обучение, социальные взаимодействия и коммуникации. Для эффективной адаптации к этому явлению необходимо разрабатывать и внедрять стратегии, направленные на повышение медиаграмотности, критического мышления и баланс между краткими и глубокими форматами потребления информации. Продолжение исследований в этой области поможет лучше понять и управлять последствиями клипового восприятия для общества[16].

### Список литературы

1. Ананьев, Б. Г. (2006). Психология чувственного познания. Москва: Наука. — с.138.
2. Блум, Б. С. (1956). Таксономия образовательных целей: классификация образовательных целей. Нью-Йорк: Дэвид Маккей Компани. — с.37 – 42.
3. Виготский, Л. С. (1984). Собрание сочинений: в 6 т. Т. 4. Детская психология. Москва: Педагогика. — с.73.
4. Даниил Борисович Эльконин. (1994). Избранные психологические труды. Москва: Педагогика. — с. 202 – 214.
5. Дэвид Шеннон и Уоррен Вивер. (1949). Математическая теория коммуникации. Иллинойс: Университет Иллинойса. — с.23.
6. Иванов, А. А. (2018). Социальные сети и современная журналистика: Влияние и перспективы. Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ. — с.131.
7. Кан, С. (2011). Khan Academy: Революция в образовании. Нью-Йорк: Nachee Books. — с.16.

8. Кларк, Р. Е., и Майер, Р. Э. (2008). E-Learning и наука об обучении. Сан-Франциско: Jossey-Bass/Pfeiffer. — с.19.
9. Леви, П. (2001). Киберкультура. Санкт-Петербург: Прайм-Еврознак.
10. Маклюэн, М. (1964). Понимание медиа: Внешние расширения человека. Нью-Йорк: McGraw-Hill. — с.98.
11. Масуда, Ю. (1980). Информационное общество как постиндустриальное общество. Вашингтон: World Future Society. — с.20 – 34.
12. Моралес, А. (2017). Клип-мышление: влияние цифровых технологий на мозг и общество. Лондон: Bloomsbury Publishing. — с.123.
13. Постман, Н. (1985). Развлекаем себя до смерти: общественный дискурс в эпоху шоу-бизнеса. Нью-Йорк: Viking Penguin. — с.53.
14. Солсо, Р. Л. (2006). Когнитивная психология. Москва: Питер.
15. Тапскотт, Д. (2008). Рождение цифрового поколения: Как молодые люди меняют мир. Нью-Йорк: McGraw-Hill. — с.87 – 94.
16. Шайнов, А. В. (2019). Феномен "клиповости" в современной информационной культуре. Москва: Издательство МГУ. — с.13.
17. Шульман, Л. С. (1986). Парадигмы и исследовательские программы в исследовании преподавания: исторический обзор. Образовательные исследовательские монографии. — с.276.