

## ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННОГО МИРА КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ

doi: 10.51639/2713-0576\_2023\_3\_2\_165

УДК 159.99

ГРНТИ 02.2414-4347

### Клиповое мышление

\* Смык А. Д., Шаповалова В. А.

*Гомельский государственный Политехнический колледж  
246050, Беларусь, г. Гомель, ул. Билецкого 6*

email: \* [aleksandra.smyk04@gmail.com](mailto:aleksandra.smyk04@gmail.com), [vikach4962@gmail.com](mailto:vikach4962@gmail.com)

Клиповое мышление – это способность быстро и эффективно обрабатывать большие объемы информации, используя короткие видеоролики или клипы. Оно становится все более востребованным в нашей современной культуре, где люди постоянно находятся в состоянии информационной перегрузки. Клиповое мышление позволяет быстро и легко усваивать информацию, сохранять ее в памяти и использовать для принятия решений. Этот подход особенно полезен в маркетинге, где необходимо быстро и точно оценивать данные о потребителях и рынке. Одним из примеров клипового мышления может быть использование коротких видеороликов для презентации продукта или услуги. Такой подход позволяет быстро и наглядно донести информацию до потенциальных клиентов, что может привести к увеличению продаж. Кроме того, клиповое мышление может быть полезно для анализа данных и выработки стратегии маркетинга. Благодаря быстрому и эффективному обрабатыванию информации, можно быстро выявить тренды и понять, какие маркетинговые решения будут наиболее эффективными. В целом, клиповое мышление является важным инструментом в современном маркетинге. Оно позволяет быстро и эффективно обрабатывать информацию, что может привести к увеличению продаж и улучшению маркетинговой стратегии компании.

*Ключевые слова:* клиповое мышление, эффективность обработки информации, тип мышления, современная культура.

### Теория и методы исследования

Клиповое мышление – это способность быстро и эффективно обрабатывать большие объемы информации, используя визуальные образы и ассоциации. Для исследования клипового мышления существуют различные методы, включая:

1. Тесты на визуальное мышление. Эти тесты представляют собой набор заданий, которые требуют от испытуемого использования визуальных образов для решения задач.
2. Тесты на ассоциативное мышление. Эти тесты требуют от испытуемого быстро и эффективно ассоциировать различные понятия и образы.
3. Нейроимиджинг. Это метод исследования, который позволяет наблюдать за активностью мозга во время выполнения заданий на визуальное мышление.

4. Когнитивные интервью. Этот метод позволяет исследовать процесс мышления испытуемого, задавая ему вопросы о том, как он решает задачи.
5. Эксперименты на виртуальных средах. Эти эксперименты позволяют исследовать клиповое мышление в условиях, максимально приближенных к реальности.

Исследование клипового мышления может быть полезным для различных областей, включая маркетинг, дизайн, образование и науку. Например, в маркетинге и дизайне клиповое мышление может использоваться для создания эффективной рекламы и упаковки товаров. В образовании клиповое мышление может помочь учащимся быстрее и легче усваивать информацию. В науке клиповое мышление может использоваться для решения сложных задач и создания новых технологий.

## Полученные результаты и их обсуждение

Проводя исследования, мы предоставляли людям тест, где им нужно было выбрать описание, которое больше всего им подходит.

Этот тест показывал, какой из типов мышления им больше соответствует.

Типы:

1. У вас клиповое мышление.

Вы схватываете все на лету, быстро вычленяете суть и принимаете решения, не теряетесь в экстренных ситуациях и действуете интуитивно. Вы воспринимаете окружающий мир как калейдоскоп из не связанных друг с другом фрагментов, с трудом сосредотачиваясь на чем-то одном.

2. У вас понятийное мышление со склонностью к аналитике и системности.

Вы привыкли ко всему подходить вдумчиво, спокойно разбираться в ситуации и принимать решения взвешенно. Работая с информацией, вы анализируете её, сравниваете с другими данными, обобщаете, систематизируете. Любите все раскладывать по полочкам, как будто наводите порядок в комнате.

3. У вас смешанный тип. Скорее всего, вы склонны к гуманитарным наукам, но подходите к ним системно и логически. Вы очень восприимчивы к окружающим процессам, поэтому легко перенимаете элементы клипового мышления, но не поддаетесь ему полностью.

Вы мгновенно оцениваете обстановку, охватывая взглядом всю картину, но при этом успеваете анализировать и устанавливать логические связи с тем, что знали до этого. Вы быстро адаптируетесь к меняющимся условиям, лучше воспринимаете окружающий мир на визуальном и эмоциональном уровне. Принимаете решения интуитивно, но опираетесь и на логику, ищете во всем рациональное зерно, любите рефлексировать.

С распространением интернета и соцсетей, где можно бесконечно листать ленту и кликать по ссылкам, проблема обострилась. Хронометраж большинства роликов на YouTube не превышает 15 минут, а популярные блогеры активно используют быструю смену картинки. Соцсети приучают нас к максимально коротким постам или видеороликам, которые появляются ежесекундно.

Дается анализ причин распространения и поиска форм проявления нового вида сознания молодежи, свойственного информационному обществу, которое можно назвать «клиповым сознанием». «Клиповость» сознания молодежи проявляется в способности кратко и красочно воспринимать мир посредством яркого эмоционального образа, воплощенного в форме видеоклипа, теленовости и другом аналогичном виде. С одной стороны, с его помощью все образы воспринимаются чрезвычайно быстро, что позволяет мгновенно обрабатывать потоки информации. С другой стороны, «клиповость» приводит к тому, что человек утрачивает легкость ассоциаций, живость воображения и эмоциональную тонкость восприятия.

Клиповое мышление — не деградация, а адаптация. Наш мозг очень пластичен, быстро реагирует на меняющиеся условия и вырабатывает новые свойства. Нужно просто научиться ими пользоваться. К примеру, вместо заучивания огромного объема информации сегодня

гораздо важнее уметь быстро её находить, обрабатывать и использовать для своих задач. Вполне возможно, что у следующего поколения произойдет новый когнитивный скачок, и их мышление будет совсем другим.

### **Конфликт интересов**

Авторы статьи заявляют, что у них нет конфликта интересов по материалам данной статьи с третьими лицами на момент подачи статьи в редакцию журнала, и им ничего не известно о возможных конфликтах интересов в настоящем со стороны третьих лиц.

### **Список литературы**

1. Ася Зуйкова Что такое клиповое мышление и как извлечь из него пользу, 2021 – 6 с.
2. Ф. И. Гиренко К्लиповое сознание, 2016 – 256 с.
3. Л. Дж. Палладино Find Your Focus Zone: An Effective New Plan to Defeat Distraction and Overload, 2007 – 304 с.
4. Е. В. Митягина, Н. С. Долгополова К्लиповое сознание молодежи в современном информационном обществе/ научная статья СМИ (медиа) и массовые коммуникации, 2009.

### **Clip thinking**

Smyk A. D., Shapovalova V. A.

*Gomel State Polytechnic College, 246050, Belarus, Gomel, st. Biletsky 6*

Clip thinking is the ability to process large amounts of information quickly and efficiently using short videos or clips. It is becoming more and more in demand in our modern culture, where people are constantly in a state of information overload. Clip thinking allows you to quickly and easily assimilate information, store it in memory and use it to make decisions. This approach is especially useful in marketing, where you need to quickly and accurately evaluate customer and market data. One example of clip thinking would be using short videos to present a product or service. This approach allows you to quickly and visually convey information to potential customers, which can lead to increased sales. In addition, clip thinking can be useful for data analysis and marketing strategy development. Thanks to the fast and efficient processing of information, you can quickly identify trends and understand which marketing decisions will be the most effective. In general, clip thinking is an important tool in modern marketing. It allows you to quickly and efficiently process information, which can lead to increased sales and improve the company's marketing strategy.

*Key words:* clip thinking, information processing efficiency, type of thinking, modern culture.