

ПРОБЛЕМА СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА В ЭПОХУ «КЛИПОВОГО МЫШЛЕНИЯ»

Ивлев А.А., канд.пед.наук
Оренбургский государственный университет

Сегодня, когда объём информации сильно возрос, и человеку всё сложнее усваивать ежедневно обрушивающиеся на него потоки данных, всё актуальнее становится проблема социализации личности студента. Очевидно, что под влиянием экранных средств массовой информации и коммуникации кардинально изменилась социокультурная среда. Большой поток новостей, идущих отовсюду, уже невозможно воспринимать в полном объёме – возникает так называемая «клиповость» информации, когда наряду с динамизмом, фрагментарностью, быстрой сменой сообщений, проявляется краткосрочная концентрация внимания, теряется глубина и смысл увиденного, возникает клиповое восприятие, а оно уже формирует клиповое мышление.

Этот термин появился не так давно от английского слова «clip» - зажимать, обрезать. Данный феномен современные исследователи рассматривают как своего рода защиту организма от информационного потока. Культуролог К.Г. Фрумкин [6] выделил пять предпосылок, породивших «клиповое мышление»:

- 1) ускорение темпов жизни и напрямую связанное с ним возрастание объёма информационного потока, что порождает проблематику отбора и сокращения информации, выделения главного и фильтрации лишнего;
- 2) потребность в большей актуальности информации и скорости её поступления;
- 3) увеличение разнообразия поступающей информации;
- 4) увеличение количества дел, которыми один человек занимается одновременно;
- 5) рост диалогичности на разных уровнях социальной системы.

Наряду с возросшей скоростью реакции, что можно рассматривать как положительный элемент «клипового мышления», у студентов всё больше наблюдаются негативные последствия. Они проявляются в отрыве от реальности, поспешности в выводах, языковом минимализме, бедности эмоций, отсутствии способности сопереживать и ставить себя на место другого и, наконец, в снижении способности к запоминанию.

«Клиповость» усугубляют телевидение и Интернет – живое общение наедине с экраном и в социальных сетях, как правило, сведено к минимуму. По словам психологов, мощное телевизионное воздействие проявляется и в так называемом «синдроме запера» (перещёлкивание кнопок пульта), появившемся в результате быстрого увеличения числа каналов. Сегодня в обществе возник новый тип «нетерпеливого зрителя», к тому же ещё и с «клиповым мышлением» [1]. Учёными установлено, что пользователи в псевдореальном мире гораздо в большей степени, чем в мире обычном,

подвержены внушению и гипнозу. Поэтому эта проблема уже давно стала обсуждаться не только на государственном, но и на мировом уровне. Психологами установлено, что наиболее подвержены экранному «зомбированию» молодёжь и люди пожилого возраста.

Как видим, телевизионное воздействие как самое распространённое и мощное из всех имеющихся экранных средств во многом определяет процесс восприятия. Н. Ф. Хилько выделяет следующие его уровни:

1) рекреативно-гедонистический (ограничен развлекательно-рекреативной мотивацией);

2) бытовой (бытовая, утилитарная мотивация);

3) эстетический (личностная мотивация, эстетическое постижение образа);

4) интерпретационный (выявление личностного смысла и духовного содержания произведения);

5) микросоциальный (связь с микросредой, понимание психологических мотивов персонажей);

6) макросоциальный, проблемный (предполагает критический анализ проблемы и её развёртывание во временном пространстве, направленность на социум);

7) уровень осознания художественного образа (подробная характеристика экранного образа, его составляющих, выделение смысловых единиц повествования);

8) уровень понимания авторской концепции (умение делать выводы о том, какую идею хотел выразить автор, исходя из системы художественной образности произведения);

9) уровень возникновения собственной концепции (автономный) и формирования своего видения: собственные умозаключения по поводу затрагиваемой автором проблемы и полемического диалога с авторской концепцией экранного произведения [7, с.196].

Таким образом, использование основных каналов человеческого восприятия определяет особую силу воздействия экранного образа, где ведущие типы восприятия могут очень быстро сменяться: основными носителями смыслообразования могут быть как изображение, так и звук, возможен и вариант, когда смысл образа рождается в «монтажном», необычном сочетании звука и изображения [2, с.164-167].

Посредством монтажа на телевидении можно соединить иногда разные кадры, пуская их непосредственно друг за другом, благодаря чему у зрителя напрашивается впечатление связи между ними и устанавливается соответствующее отношение, хотя в действительности такой связи может и не быть. Если, скажем, в репортаже о выступлении политика вслед за такой-то его фразой показывают аплодирующих слушателей, любой зритель, естественно, будет уверен в том, что аплодисменты относятся именно к данной фразе. Но, возможно, никаких аплодисментов не было, просто в телестудии вмонтировали

фрагмент заключительных рукоплесканий, а то и сцену рукоплесканий, взятую из совсем другой съёмки [5, с. 30].

В обществе возникает определённая «леность мысли» – цифровой век сделал ненужным чрезмерное напряжение мозгов. Аудиовизуальный текст, соединив в себе семиотическую природу и технические возможности, изменил отношения между чувственным и рациональным планом восприятия его аудиторией. В итоге наметилась тенденция срастания средств коммуникации со способами их предъявления через использование таких методов, которые структурируют сознание аудитории и ориентируют её на активное познание действительности и построение диалога с экраном [3, с. 34-35].

Ситуация с преимущественно активным клиповым мышлением в современном обществе стала угрожающе опасной. Всё вышеизложенное позволяет говорить об информационной среде как о сложной, многогранной сфере, в которой формирование экранной культуры студентов может стать одной из приоритетных задач высшего образования, так как полученные навыки, уровень знаний и культуры человека, сформированный в студенческие годы, определяет благополучие в его профессиональной деятельности. Важнейшая способность, которую необходимо приобрести студенту в вузе, – это способность учиться, самостоятельно добывать знания и творчески мыслить.

В связи с этим проблема формирования его экранной культуры имеет особое значение, требует от преподавателя осмысления взаимосвязи психологии и профессиональной педагогики. Именно университетское образование включает в себя триединство взаимосвязанных задач, решение которых и представляет собой Миссию современного университета. Эти задачи следующие:

- 1) подготовка высококлассных специалистов, профессионалов, обучение интеллектуальным профессиям – т.е. решение проблемы «профессия»;
- 2) поощрение и развитие научного исследования, подготовка учёных – т.е. решение проблемы «наука»;
- 3) передача культурного наследия «общей культуры».

Рассматривая особенности процесса формирования экранной культуры студентов университета, необходимо прежде всего опираться на три подхода: культурологический, аксиологический и деятельностный. Они тесно связаны с тремя главными компонентами личности: когнитивным, эмоционально-ценностным и поведенческим (деятельностным). Также дополнительно для эффективной организации экранного образования важно учитывать принципы системного и технологического подходов, интегративности и непрерывности процесса обучения.

Социализация личности – процесс становления и формирования, который, как известно, начинается с рождения и продолжается по мере взросления человека и усвоения им социального опыта. Очевидно, что наиболее интенсивно этот процесс происходит в период вузовского обучения, когда потребность в образовании и общении выступает личностно значимой

ценностью, а учебная деятельность направлена на формирование умений приобретать новые знания [4].

В эпоху «клипового мышления» социализация личности студента в условиях образовательного социума должна происходить путём формирования экранной культуры через в процессе обогащения новой информацией, получаемой посредством экрана: через Интернет, различные образовательные порталы, а также в процессе подготовки и создания собственных телевизионных программ, так как использование экранных ресурсов в образовательных целях помогает обучающимся понять их реальную полезность и значимость. В условиях глобальной информатизации социума социализирующее развитие личности студентов является перспективным вектором развития современного вуза в связи с компетентностным характером образования и мультимедийным характером медиаобразования.

Список литературы

- 1. Грановская, О. В. Новые аудиовизуальные технологии. / О. В. Грановская, Дуков [и др.]. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 130 с.*
- 2. Зайнутдинова, Л.Х. Создание и применение электронных учебников (на примере общетехнических дисциплин) / Л.Х.Зайнутдинова. – Астрахань: Изд-во «ЦНТЭП», 1999. – 364 с.*
- 3. Ищенко, Е.В. Принцип окна в современной экранной культуре : дисс.... канд. культурол. наук [Электронный ресурс] / Е.В. Ищенко. – М., 2006. – <http://www.rgb.ru>.*
- 4. Каргапольцева, Н.А. Дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 Социализация и воспитание личности в Монтессори-образовании / Н. А. Каргапольцева. – Оренбург, 2000 – 378*
- 5. Пацлаф, Р. Застывший взгляд. Физиологическое воздействие телевидения на развитие детей / Райнер Пацлаф ; пер. с нем. В. Бакусева. – М.: Evidentis, 2003. – 224 с.*
- 6. Фрумкин, К.Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста. // Ineternum 2010. – №1. – Режим доступа: [http://nounivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm от 02.01.2012].*
- 7. Хилько, Н.Ф. Педагогика аудиовизуального творчества в социально-культурной сфере : монография / Н.Ф. Хилько. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2008. – 210 с.*