

УДК 1; 130.1; 316.77; 316.37; 316. 32

DOI 10.31483/r-32697

В.С. Амочкина

ВИЗУАЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются различные виды визуальных составляющих современного мира, их положительное и отрицательное влияние, воздействие визуальных образов на восприятие реальности и мышление современного человека, как взрослого, так и ребенка как будущего члена общества, попытка философского осмысления данной проблемы.*

***Ключевые слова:** визуальная составляющая, клиповое мышление, виртуальная реальность, коммуникация, реклама, социальная сеть.*

V.S. Amochkina

VISUAL COMPONENTS OF MODERN CULTURE

***Abstract:** this article discusses the various types of visual components of the modern world, their positive and negative effects, the impact of visual images on the perception of reality and the way of thinking of a modern person, both an adult and a child, as a future member of society, an attempt to philosophical understanding of this problem.*

***Keywords:** visual component, clip thinking, virtual reality, communication, advertising, social network.*

Научно-технический прогресс способствует изменению мира с огромной скоростью. Быстрый темп потоков информации, которые воспринимает современный человек, формирует определенный тип мышления, который помогает адаптироваться, воспринимать и функционировать в мире. Такой тип мышления называется клиповым. Слово «clip», от которого и произошел этот термин, в переводе с английского языка означает какой-либо фрагмент текста, отрывок из фильма, вырезку из газеты или журнала. Клипы не несут в себе никакой смысловой нагрузки, они просто составлены из нескольких связанных между собой

образов. Поэтому под термином «клиповое мышление» понимается привычка воспринимать информацию, да и весь мир в целом, с помощью короткого, яркого, очень выразительного образа. Главное требование к клипу – это краткость и красочность его фрагментов.

Вскоре появился термин «клиповая культура». Термин был введен американским футурологом Элвином Тоффлером. Он рассматривал данное понятие как часть общей информационной культуры, которая формирует такие уникальные формы восприятия информации, как зеппинг. Зеппинг – это вид психологической зависимости, который приобрел человек, пользуясь пультом от телевизора. Зеппинг – это процесс, в ходе которого путем безостановочного переключения каналов телевидения создается новый образ, состоящий из обрывков информации и осколков впечатлений [Гуревич, 2010, с. 555–558]. Этот образ не требует подключения воображения, рефлексии, осмысления, здесь все время происходит обновление информации. Это означает, что человек улавливает яркий образ для составления примерного представления об объекте, без глубокого анализа переключается на следующий источник информации.

Психологи связывают формирование клипового мышления с появлением информационного пространства. В современном мире информационное пространство в связи с развитием технических каналов коммуникации стало практически безграничным и доступным любому человеку, включая ребенка. Современный мир практически полностью заполнен визуальными образами. Видео и фотографии, картинки и плакаты встречаются на каждом шагу.

Одна из самых распространенных реалий современной жизни – реклама. Она встречается повсюду, зачастую становясь слишком навязчивой, но нельзя не признать ее эффективность и влияние на среднестатистического члена общества. Безусловно, реклама стала определенным «рычагом» влияния на общественность, используя культурные реалии, учитывая психологию человека и его потребности. Создатели рекламы, как видеороликов, так и плакатов, достигают поставленной перед собой цели – продать свой продукт, услугу, если не продать, то навязать тот образ жизни, который предполагает наличие рекламируемых

продуктов и услуг. Человек, глядя на красивые картинки, не всегда задумывается, нужно ли ему то, что предлагают. Либо видит за картинкой тот образ жизни и статус, которым не обладает, ложно полагая, что, приобретя вещь, он получит статус. Современный писатель В. Пелевин говорил о рекламе как о продаже счастья, человек покупает не продукт, а образ счастливого обладателя, показанного в рекламном ролике.

Развитие Интернета сопровождается увеличением информационной активности людей, постоянным информационным взаимодействием друг с другом. Быстрыми темпами идет информатизация общества. В этих условиях у людей формируется мотивация пользования информационными ресурсами, которая развивается благодаря интересу, доступности, образности, легкости и вариативности информации. Вырабатывается привычка жить в постоянном потоке разнообразной, интенсивно меняющейся, зачастую не связанной единой темой информации. Ее качество различно и зависит от запросов, сформированных человеком, например, в сети Интернет. От участия в онлайн-конференциях и поиска каких-либо научных материалов до бытового общения посредством даже не предложений и слов, а знаков, «смайликов» и картинок, практически не несущих смысловой нагрузки.

В непрекращающемся потоке аудио- и видеоданных в жизни человека практически не остается места для тишины и спокойного, глубокого осмысления, рефлексии. Современный мир заставляет личность быстро адаптироваться к новой реальности, быстро осваивать полученные данные, изменяться в соответствии с новыми требованиями к профессии, обществу, приспосабливаться. В работе стали цениться такие профессиональные качества, как способность быстро усвоить что-то новое, умение переключаться с одного вида деятельности на другой, решать несколько задач одновременно, работать быстро и эффективно. Как правило, такими способностями обладают люди с достаточно узкой специализацией, они постоянно получают новую информацию о своей специальности, постоянно обучаются и совершенствуются что становится доступно путем огромного количества видео- и онлайн-курсов повышения квалификации. В таком темпе человеку просто не хватает времени

«погрузиться» в одну проблему или в решение одной задачи. Поверхностное изучение, быстрое решение любой проблемы, кругозор в различных областях – вот что является приоритетным в современном мире. Таким образом, подробное изучение какого-либо предмета, требующее достаточно большой затраты времени и сил, перестает быть востребованным.

Посредством компьютерных технологий человек расширил границы своего существования до масштаба всей планеты. В современном мире есть возможность увидеть то, что происходит на другой стороне земного шара, не выходя из дома, не просто написать письмо, а «вживую» пообщаться с человеком, находящимся за тысячи километров. Нельзя не сказать о феномене виртуальной реальности, в которую погружен практически каждый индивид, имеющий доступ к сети Интернет. Подмена действительной реальности помогает некоторым скрыться от проблем в компьютерных играх и социальных сетях, где человек сам создает свой образ, не всегда совпадающий с действительностью. Такая особенность альтернативного мира мешает объективно взглянуть на реальный мир, насущные проблемы и самого себя. Зачастую человек становится жертвой им же созданного образа при столкновении виртуального и реального мира, в который в любом случае приходится «возвращаться».

Особенно остро проблема переключения или возвращения в реальный мир видна у подростков. В компьютерном мире игр нет ценности человеческой жизни, всегда можно исправить ошибку, выполнить задание заново, «перезагрузиться», поэтому и собственная жизнь для ребенка не представляет ценности. Перенос виртуальных способностей созданных героев подменяет реальность, ведущую к поведенческим и психологическим отклонениям, обесцениванию времени, возможностей. Стремление «убежать» от реальности, наделять себя качествами и способностями, не свойственными личности, а, возможно, и человеку вообще, приводит к искаженному восприятию мира, реакции на события в нем происходящие, да и на свою жизнь и личность.

Общение в социальных сетях также становится иллюзорным. Созданный на личной странице образ опять же не всегда соответствует тому, каким человек

является на самом деле. По этой причине возникает страх и нежелание реального общения. Боязнь разоблачения приводит к одиночеству в жизни при активности в виртуальной реальности. Не говоря уже о вошедшем в медицину термине «компьютерная зависимость», которой подвержены не только подростки, но и взрослые.

Создав всемирные коммуникативные сети, человек превратил себя самого в часть чего-то большего, чем он сам. Но сможет ли он соответствовать тому, что создал. Возможность общаться с человеком вне зависимости от расстояния, привела к упрощению, «обесцениванию» этого общения. Смысловая нагрузка пересылаемых друг другу текстов минимальна, сообщения сокращаются до символов, картинок. Длинные письма с подробным описанием чувств, эмоций, событий ушли в прошлое. Времени писать такое письмо не осталось, ведь пока адресат получит письмо, в современном мире информация, содержащаяся в нем, устареет.

Так же утрачивает свою значимость такая реальность культуры каждой страны, как печатное слово (газета и журнал): всю информацию можно найти «здесь и сейчас» в сети Интернет. За скоростью получения новостей со всего мира стоит и их быстрая смена. Весть о трагедии через минуту заменяет новость, например, о завершении грандиозного строительства, что приводит к быстрой смене эмоций и не способствует глубокому переживанию, рефлексии. Все новости сопровождаются фотографиями, видео и комментариями очевидцев и специалистов. Но дает ли все эта информация возможность человеку сформировать собственное мнение?

Зачастую отсутствует обдуманное обсуждение проблемы, дискуссия. Отсутствие либо видимое отсутствие цензуры не всегда является плюсом. Доступность информации на любую тему также не всегда является плюсом Интернета. Ребенок может, просто зайдя в Интернет, получить любую информацию, даже не соответствующую его возрасту и уровню развития психики. На сайтах для детей достаточно много рекламы, которая рассчитана не на ребенка, а на родителей. Дети здесь выполняют функцию манипулируемого объекта, который, в свою очередь, может манипулировать взрослым человеком. Современная доступность

любой информации как воспитывающей и образующей, так и развращающей формирует в будущих поколениях качества, не всегда положительно влияющие на их полноценное развитие.

Существует мнение, что технологии создали слишком сложный мир для интеллектуальных возможностей обычного человека и теперь он не может полноценно и ясно осознавать и предсказывать направление своего собственного развития. Сам человек создал то, что теперь им же и управляет. Изначально направленная на облегчение жизни техника превратилась в орудие манипуляции, контроля и усреднения личности. Из-за скорости информационных потоков и необходимости быстрого ее усвоения и реагирования на изменения, вызванные новыми данными, информация стала преподноситься в более визуализированном варианте. Картинка удобнее для быстрого усвоения общего смысла, чем страница текста. Для понимания визуального образа нет необходимости изучать языки, она чаще всего ясна человеку любой национальности, возраста и уровня развития.

Таким образом, информация без визуального сопровождения становится сложной для восприятия и понимания и человеку легче найти тот источник нужной информации, где она будет представлена наглядно и красочно, чем читать длинные тексты. Это упрощение ведет к тому, что простые и зачастую поверхностные объяснения становятся более востребованными. Например, в современном образовании преподаватели сталкиваются с проблемой «подачи» учебного материала: ребенок не усваивает информацию на слух, так как привык смотреть в экран телевизора или компьютера. Поэтому становятся востребованными различного рода презентации и видеосюжеты по различным предметам. Но создание любого видеоряда ведет к упрощению материала, поэтому для глубокого изучения материала необходим и другой источник информации, учебник. Но ребенок, да и современный взрослый, привыкший просто получать информацию наглядно, не просто не хочет вчитываться в текст и анализировать, он зачастую к этому просто не привык, это вызывает сложности вне зависимости от предмета.

Таким образом, можно сделать вывод, что визуальная составляющая, становящаяся все более востребованной в современном мире, способствует не только более быстрому восприятию потока информации и адаптации в постоянно меняющемся мире, но и влияет на качество информации, необходимой для усвоения, к сожалению, не всегда положительно. Наряду с удобством и скоростью восприятия визуальной составляющей современного мира стоит упрощение информации до яркого образа, книги до комикса. Картинка рассчитана на доступность любому члену общества, что означает усредненность, упрощенность информации, а, следовательно, и уровня развития личности. Средства массовой информации способствуют созданию общества, состоящего из «среднестатистических» личностей. Человечество создало технологии, которые используются для управления этим же человечеством.

Список литературы

1. Азаренок Н.В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире [Электронный ресурс] // Психология человека в современном мире. Т. 5. – М.: Институт психологии РАН, 2009. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ipras.ru/engine/documents/document2006.pdf>. (дата обращения 15.12.2018)
2. Беляев В. Глобализирующаяся цивилизация в контексте социокультурных стратегий. – М.: Либроком, 2012.
3. Гуревич П.С. Философская антропология. Учеб.пособие. – М.: Омега-Л., 2010.
4. Карпенко И.Д. Философский анализ понятия «виртуальная реальность». – Минск, 2002.
5. Каландия И.Дж. Научно-технический прогресс и некоторые аспекты развития культуры // Перспективы человека в глобализирующемся мире. Сборник философских статей под ред. Парцвания В.В. – СПб: Российско-грузинский научно-исследовательский центр «Человек», 2003.
6. Марков Б.В. Проблема человека в эпоху масс-медиа // Перспективы человека в глобализирующемся мире. Сборник философских статей под ред.

Парцвания В.В. – СПб: Российско-грузинский научно-исследовательский центр «Человек», 2003.

7. Солопов П.Е. Виртуалистика и философия. – : ВИУ, 2000.

References

1. Azarenok, N. V. (2009). Klipovoe soznanie i ego vliianie na psikhologiiu cheloveka v sovremennom mire. *Psikhologiya cheloveka v sovremennom mire. T. 5.:* (data obrashcheniia 15.12.2018). M.: Institut psikhologii RAN. Retrieved from <http://www.ipras.ru/engine/documents/document2006.pdf>

2. Beliaev, V. (2012). Globaliziruiushchiasia tsivilizatsiia v kontekste sotsiokul'turnykh strategii. M.: Librokom.

3. Gurevich, P. S. (2010). Filosofskaia antropologiya. Ucheb.posobie. M.: Omega-L.

4. Karpenko, I. D. (2002). Filosofskii analiz poniatii "virtual'naia real'nost". Minsk.

5. Kalandiia, I. D. (2003). Nauchno-tekhnicheskii progress i nekotorye aspekty razvitiia kul'tury. *Perspektivy cheloveka v globaliziruiushchemsya mire. Sbornik filosofskikh statei pod red. Partsvaniia V.V.*. SPb: Rossiisko-gruzinskii nauchno-issledovatel'skii tsentr "Chelovek".

6. Markov, B. V. (2003). Problema cheloveka v epokhu mass-media. *Perspektivy cheloveka v globaliziruiushchemsya mire. Sbornik filosofskikh statei pod red. Partsvaniia V.V.*. SPb: Rossiisko-gruzinskii nauchno-issledovatel'skii tsentr "Chelovek".

7. Solopov, P. E. (2000). Virtualistika i filosofiya. VIU.

Амочкина Виктория Сергеевна – магистр филос. наук, аспирант ГАОУ ВО ЛО «Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина», Россия, Санкт-Петербург.

Amochkina Victoria Sergeevna – master of philosophical sciences, graduate student at the SAEI of HE «Pushkin Leningrad State University», Russia, Saint-Petersburg.