

информацию, структурировать ее, создавать свое информационное поле. Для предупреждения негативного влияния информационного шума на аудиторию СМИ требуется продвижение медиаграмотности, формирования высокой информационной культуры и практики разумного и безопасного медиапотребления [4].

### **Список использованных источников**

1. Каллимулина М.Т. Наше будущее-выживание в условиях информационного шума [Электронный ресурс]. URL: <https://mic.org.ru/phocadownload/22-kalimullina.pdf> (дата просмотра: 28.03.2022).
2. Быстрова Е.А. Влияние информационного шума на потребление коммуникаций в сети Интернет//[Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2014/02/1327> (дата просмотра: 28.03.2022).
3. Еляков А.Д. Информационная перегрузка людей [Электронный ресурс]. URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/714/647/1231/013\\_elyakov.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/714/647/1231/013_elyakov.pdf) (дата просмотра: 28.03.2022)
4. Галкин В.П. Информационный шум и феномен наглядности в познании / В. П. Галкин [Электронный ресурс]. URL: <http://nenuda.ru/информационный-шум-ифеномен-наглядности /8.html> (дата просмотра 28.03.2022).

### **Клиповое мышление**

***Новикова А.Д., Дождикова Р.Н.***

Одним из самых базовых отличий человека от других живых существ является мышление. Благодаря ему мы можем не только получать информацию из внешнего мира, но и представлять предметы, предвидеть изменение вещей во времени, рождать идеи, решать задачи и многое другое. Мышление – это познавательная деятельность человека, результатом

которой является мысль в виде идеи, смысла или понятия. По содержанию выделяют 3 основных типа мышления:

1. Наглядно-образное;
2. Наглядно-действенное;
3. Словесно-логическое.

Количество потребляемой человеком информации и постоянно растет. Это влияет на ее восприятие. Формируется новый тип мышления – клиповый [2]. Клиповое мышление (от англ. clip, «фрагмент текста», «вырезка») – тип мышления, при котором человек воспринимает информацию фрагментарно, короткими кусками и яркими образами, не может сосредоточиться и постоянно перескакивает с одного на другое. Таким людям крайне сложно читать или работать над большими текстами, анализировать, структурировать информацию.

Главное отличие клипового мышления от понятийного – скорость переработки информации. Как правило, человек с клиповым мышлением быстро воспринимает, но не на долго сохраняет в памяти. Одним из первых данное явление описал футуролог Э. Тоффлер в своей книге «Третья волна», изданной в 1980 году. Он использует термин «клиповая культура» и подразумевает под ним бесконечное мелькание информационных отрезков. Ученый тогда предположил, что в будущем подобная подача будет комфортной. Ведь у людей в итоге сложится соответствующий склад ума.

В «Третьей волне» Тоффлер не касался психологии, а описывал именно культурный процесс. Сам термин «клиповое мышление» в том смысле, в котором мы его сейчас употребляем, ввел российский философ Федор Гиренок. Тоффлер полагает, что в насыщенном информационными вспышками социуме клиповое мышление становится основной формой восприятия, так как “идея любого исчерпывающего синтеза кажется несостоятельной”, и единственно возможным решением становится “собирать мир наобум, особенно самые забавные его черепки”.

Некоторые специалисты убеждены, что это не новый тип ума, а возврат к естественным процессам в психике человека. Например, культуролог Маршалл Маклюэн еще в 1960-х годах писал, что разум людей стремится к дотекстовому состоянию. Сам термин стал общеупотребительным в 1990-е годы, связано это со способом подачи информации в СМИ: обилие клипов и рекламы с динамичной нарезкой на ТВ пришли на смену статичной картинке. В результате человеческий мозг адаптировался к новым реалиям и стал воспринимать информацию лишь из коротких «вспышек», игнорируя оставшийся «информационный шум». Можно выделить следующие тенденции в подаче контента, которые развивают у человека клиповое мышление:

- сокращение объема сообщения;
- сокращение числа мыслей в единице контента до одной с дополнением сообщения эмоциональным переживанием;
- многократное повторение одной и той же мысли в рамках одной единицы контента;
- сухой новостной контент больше не работает: аудитория хочет, чтобы в него заранее было заложено какое-то отношение автора;
- разбивка одного сообщения на несколько однотипных;
- постепенное исчезновения подтекста в информации.

Проблемами клипового мышления являются:

1. Низкая концентрация: сложно сосредоточиться на чем-то одном, дочитать длинный текст или дослушать длинное интервью, ни на что не отвлекаясь. Людям с клиповым мышлением очень тяжело справляться с работой, которая требует усидчивости и выполнения рутинных операций.

2. Поверхностное восприятие, которое приводит к тому, что мы не способны анализировать полученную информацию и делать из нее глубокие выводы.

3. Трудности в обучении и усвоении новой информации. Это особенно актуально для студентов и школьников, чья учебная программа

построена на более консервативных методах и предполагает пассивное восприятие информации: чтение, слушание, заучивание.

4. Подверженность манипуляциям. Мы не успеваем проанализировать информацию и принять взвешенное решение, а значит не способны воспринимать информацию критически. Этим активно пользуются рекламщики и маркетологи, которые воздействуют на эмоции и побуждают людей к импульсивным покупкам.

5. Ослабление эмпатии. Постоянное воздействие на эмоции вырабатывает высокий порог чувствительности и нам становится все труднее сопереживать другим.

Несмотря на все недостатки нового типа мышления, можно выделить и позитивные моменты:

1. Защита от перегрузок. Так, клиповое мышление защищает мозг от перегрузок. Люди учатся воспринимать информацию избирательно, фильтруя ее и отсекая то, что их не интересует. В итоге голова освобождается от лишних мыслей, есть время и силы для более важных дел.

2. Развитие навыка многозадачности. Для многих не составляет труда, например, одновременно слушать музыку, общаться в сети и решать рабочие задачи. Ум становится более гибким, и подобные навыки потом будет легко применить в профессиональной сфере. Такие люди успешно трудятся на должностях личных помощников, менеджеров и администраторов.

3. Ускорение реакции. В сложных и стрессовых ситуациях человек находит оперативные, а также неожиданные и креативные решения.

## **Информационные технологии в архитектуре**

*Семчёнок В.С., Дождикова Р.Н.*

Информационными технологиями принято называть совокупность средств и методов, используемых для реализации работы информационных систем при решении конкретных задач. Активное внедрение инфор-