

## Список літератури

1. Аксёнов И. Н. Сициализация подростков / И. Н. Аксенов — М., МАИ, 1996. — С. 34–36.
2. Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды: в 2-х т. / Б. Г. Ананьев — Т. II. — М., 1980. — С. 46.
3. Виртуальный музей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sgu-infocom.ru/major/13>. — Заглавие с экрана.
4. Выготский Л. С. Психология развития человека / Л. С. Выготский. — М. : Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2005. — С. 87.
5. Добренъков В. И. Фундаментальная социология. В 15 т. — Т. 8: Социология и образование / В. И. Добренъков, А. И. Кравченко. — М. : ИНФА-М, 2005. — С. 321.
6. Михайлова Л. М. Естетичне виховання молоді: компетентнісний підхід [Електронний ресурс] / Л.М. Михайлова. — Режим доступу: [http://novyn.kpi.ua/2009-1/09\\_Mihajlova.pdf](http://novyn.kpi.ua/2009-1/09_Mihajlova.pdf). — Назва з екрана.
7. Зимняя И. А. Ключевые компетенции — новая парадигма результата образования / И. А. Зимняя // Высшее образование сегодня. — 2003. — № 5. — С. 35.
8. Масол Л. Концепція загальної мистецької освіти / Л. Масол // Мистецтво та освіта. — 2004. — № 1. — С. 2–4.
9. Олексюк О. Духовний потенціал мистецтва / Олексюк О. // Мистецтво та освіта. — 1996. — № 2. — 48 с.
10. Рыжаков М. В. Ключевые компетентности в стандарте: возможности реализации / М. В. Рыжаков // Стандарты и мониторинг в образовании. — 1999. — № 4. — 123 с.
11. Ушинский К. Д. Собрание сочинений. «Человек как предмет воспитания. Опыт педагогической антропологии» [Электронный ресурс] / К. Д. Ушинский — Режим доступа: <http://biografia.ru/arhiv/611.html>. — Заглавие с экрана.

УДК 7.097:379.823

Ю. Б. КОВАЛЕНКО  
U. B. KOVALENKO**ВПЛИВ КЛІПОВОГО МИСЛЕННЯ НА ФОРМУВАННЯ  
ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ ТЕЛЕВІЗІЙНОГО ФАХІВЦЯ****INFLUENCE OF CLIP THINKING ON FORMATION OF  
ARTISTIC PERSONALITY OF TELEVISION SPECIALISTS**

*Здійснено спробу поєднання основних принципів кліпового мислення зі специфічними властивостями телебачення й поетикою телевізійної творчості визначено зумовленість означених культурно-соціальних явищ. Виявлено методичні особливості підготовки фахівців телебачення на основі зв'язків із кліповим мисленням.*

**Ключові слова:** кліпове мислення, інформація, мозаїчна культура, телевізійний твір, творча особистість.

*Осуществляется попытка объединения клипового мышления со специфическими свойствами телевидения, определена обусловленность рассматриваемых культурно-социальных явлений. Выявлены методические особенности подготовки специалистов телевидения на основе связей с клиповым мышлением.*

**Ключевые слова:** *клиповое мышление, информация, мозаичная культура, телевизионное произведение, творческая личность.*

*The attempt of the association between clip thinking and specific properties of TV is carried out in the article. The conditionality of these cultural and social phenomena is determined. On the basis of relationship with clip thinking is identified methodological features of training of Television specialists.*

**Key words:** *clip thinking, information, mosaic culture, television product, creative personality.*

Проблема кліпового мислення надзвичайно актуальна для сучасності. Цей термін виник у 90-ті рр. ХХ ст., яке характеризувалося бурхливим розвитком комунікативних технологій, котрі впливали на пізнавальну діяльність людини. Змінам у сприйнятті навколишнього світу й у стереотипах розумової та творчої діяльності присвячено праці різних вчених, психологів і педагогів, дослідників медіа та соціальних комунікацій, які вивчають вплив інформаційного середовища на свідомість людини та формування її світогляду. Водночас, більшість науковців акцентують увагу на відсутності аналітичних здібностей та критичного мислення, котрі є передумовами творчої діяльності, а також відзначають фрагментарне здобуття знань та нездатність до послідовного їх відтворення. Особливо важливими ці зміни є для свідомості молоді, яка виховується на екранній культурі, зокрема для тих її представників, котрі готуються стати митцями телебачення, а їхній світогляд відобразиться у телевізійних творах. Тому одним з основних завдань педагогіки вищої школи є вироблення методики творчого виховання в тісному зв'язку з тими змінами ментальності, які відбуваються в сучасному інформаційному суспільстві.

Одним із чинників, що впливають на розповсюдження кліпового мислення, вважається телебачення, негативну дію якого засвідчують численні висловлювання та зауваження. Проте недостатньо уваги приділяється творчим закономірностям, які лежать в основі телевізійного виробництва й забезпечують механізм цього впливу. Однак детальне вивчення взаємозв'язку кліпового мислення й телевізійної специфіки, чому присвячено цю статтю, допоможе з'ясувати обумовленість цього процесу й, можливо, усвідомити позитивні сторони цього соціального явища, що сприятиме якості підготовки майбутніх телевізійних митців.

Головним завданням дослідження є виявлення ознак кліпового мислення та їхнього відображення в специфічних властивостях

телебачення, а також визначення зворотного зв'язку сучасних телевізійних інновацій з традиціями мозаїчної культури, які впливають на творчу свідомість авторів телевізійних творів та відбиваються в змісті.

Кліпове мислення формує сприйняття навколишнього світу, морально-етичні цінності та здатність до аналізу інформації. Цей спосіб пізнання пов'язують, на противагу книжковій письмений культурі, з відсутністю послідовного логічного розуміння змісту, субординації змістів, внаслідок чого реальність у свідомості постає у вигляді розрізнених фактів, які неможливо об'єднати в тенденції та процеси. Л. Омарова зазначає, що це мислення «миттєвого сприйняття, котре характеризується тим, що людина по суті навіть не мислить, а піддається інформаційній атаці» [4, с. 33]. Унаслідок цього людина відчуває необхідність безперервного накопичення подібних смислів та не здатна повертатися до минулого, шукати зв'язків і повторення, не сприймає аналітичних операцій.

Кліпове мислення, власник якого оперує лише смислами фіксованої довжини й не сприймає семантичних структур довільної складності, становить загрозу існування текстового пізнання, призводить до його занепаду. Наслідком цього є зниження якості розуміння інформації та здобуття знань, що, на думку експертів, позбавляє соціальної свободи [4], за умови відсутності якої нівелюються творчі здібності та сам процес творіння, адже некритичне сприйняття інформації, згідно з Л. Омаровою, «повністю вбиває творче начало та креативний потенціал людини» [4, с. 34]. Тому передусім, ці тенденції відображаються у створенні матеріалів ЗМІ та їхній творчій діяльності, якій нині бракує творчих пошуків авторів.

Передумовою розвитку кліпового мислення вважають друковані засоби масової інформації, які започаткували жанри заміток та хронік, що відображали дійсність у коротких подієвих фрагментах. Слід звернути увагу на те, що навіть у газеті з її заголовками, розподілом на шпальти й рубрики так звана кліповість пов'язана спочатку з візуальним, а вже потім із логічним сприйняттям. Тобто особливо схильна до цього типу мислення візуальна культура, що акцентується на позатекстовому рівні передавання інформації. Дослідники масових комунікацій пов'язують це з розвитком інформаційного суспільства, в якому «послідовність поступається одночасності» [2, с. 17]. Візуалізація культури, активне впровадження мультимедійних каналів передавання інформації формує «людей екрана», які відрізняються від «людей книги» (Джеймс Мартін).

Телебачення, котре максимально апелює до почуттів аудиторії та висвітлює почуття його творців, сприяє зростанню кількості

людей, «звиклих до того, що на екрані відбувається декілька речей водночас» [1, с. 82], які мислять поліекранним зображенням. Наповнення журналістських матеріалів описами приголомшливих динамічних подій, гострих конфліктів, сенсаціями й іншою інформацією, спрямованою на глибоку емоційну реакцію та поверхове змістове розуміння, відкрита структура текстів, що поєднують різні, логічно не пов'язані між собою повідомлення — усе це властиве й друкованій періодиці, й радіо, й телебаченню. Принцип монтажу характерний для всіх каналів інформування: монтуються фрагменти вербального тексту, звукові кліпи й зображення. Але свого найвищого рівня розвитку кліпові прийоми, звісно, набувають у мультимедійних засобах передавання інформації — на телебаченні та в Інтернеті.

Сам творчий процес, оснований на фрагментарному відтворенні картини світу, безпосередньо відображає цей тип пізнання, хоча перенасичення інформацією зумовлює кліпове сприйняття як захисну реакцію втомленої свідомості. Тому молоде покоління телевізійних митців, творча особистість яких формується в цих складних умовах, має пристосовуватися до них.

Значних змін зазнає в цьому процесі педагогічна система вищої школи. Спостереження експертів свідчать: сучасне навчання характеризується тим, що «в наш час знання формуються в основному не системою освіти, а засобами масової комунікації» [3, с. 45], яка сприяє виникненню довірливого ставлення до інформації, отриманої від ЗМІ, ніж до знань, що здобуваються в процесі навчання. Зважаючи на означені тенденції, педагогіка змушена перебудовуватися, орієнтуючись на типові властивості екранного мислення, що особливо стосується напряму, котрий готує фахівців телевізійної сфери. Слід усвідомити, що сучасні знання набувають місткого, насиченого змісту, але відзначаються тією ж фрагментарністю складових, що є блоками інформаційних уривків, пов'язаних між собою «суто випадковими відносинами близькості в часі здобуття, за співзвуччям чи асоціацією ідей» [3, с. 45]. Пізнавальна діяльність будується «за законами випадку, в процесі спроб і помилок» [3, с. 44], унаслідок чого фрагментарне інформаційне поле набуває матеріальних форм, підвищується продуктивність творчого начала. Сучасне навчання стає акцентованим на виробленні практичних навичок і спрямованим на експеримент. Здатність кліпової свідомості до одночасного швидкого охоплення інформації різного змісту сприяє різноманітному відтворенню здібностей у багатьох сферах і жанрах. Тому у вихованні творчої особистості вважається доречним звернення до всіх набутих практикою телевізійного мистецтва напрямів, жанрів та форматів. Це сприятиме пошуку за допомогою спроб і помилок найефективнішої самореалізації творчого потенціалу.

Як зазначає К. Фрумкін, «кліпове мислення вважають винятковою належністю молоді, дітей та тінейджерів» [5]. Традиційне ставлення до кліпового мислення як до недоліку молодого покоління пояснюється нестійкою чуттєво-емоційною системою молоді особистості, яка гостріше реагує на сегментований інформаційний потік. Перевага емоційної дії над інформаційною є ознакою часу й формує світогляд та розумові здібності всього людства, незалежно від вікової категорії. Вплив телекомунікаційних засобів на свідомість людини відобразився в суспільному житті настільки, що «в сучасну епоху не лише телевізійне сприйняття, а й уся життєдіяльність сучасного суспільства стала здійснюватися відповідно до принципу мозаїчного резонансу» [6, с. 29]. Тобто сила враження переборює цінність змісту, що нівелює якість інформації як першооснову комунікаційного процесу. «Ми дедалі більше перемикаємо увагу зі змісту повідомлення на вивчення тотального ефекту», — зазначає М. Маклюєн [2, с. 33].

Отже, суть кліпового мислення полягає в здатності сприймати водночас декілька розрізнених змістів та інформаційних сегментів, що сприяє багатогранній самореалізації, діяльності в різних напрямках. Цей фрагментарний набір змістових відрізків (кліпів), кожен з яких є частиною більшого об'єму інформації, репрезентує його та надає можливості по уривку уявити ціле. Принципова різниця між текстовою та візуальною інформацією полягає у швидкості зчитування, ступені емоційності сприйняття, різнобарв'ї та конкретиці знаків, які фіксують інформацію, а також у засобах та каналах інформування. На відміну від текстової, візуальна інформація конкретніша, емоційніша, а відтак справляє сильніше враження. Характеризуючи сучасність, А. Чугунов відзначає «глобальне розповсюдження «мистецтва, що відчувається», орієнтованого не на ідейно-інтелектуальну змістовність, а на спонтанно-чуттєве ставлення індивідуумів до навколишнього середовища» [6, с. 13]. Стисле та містке зображення відкрите до миттєвого розуміння, навіть підсвідомого, про що свідчить так званий ефект «25-го кадру». До речі, підсвідоме мислення основане на схожій здатності оперувати неповною інформацією, поєднувати різні інформаційні потоки й ознаки, позбавлене шаблонів та упереджених думок; підсвідомість безпосередньо відображається в образно-емоційній сфері кліпового мислення. Крім того, в телевізійній інформації більше можливостей стосовно сенсорних каналів та способів інформування, адже телебачення спрямоване на декілька органів почуттів, екранний образ поєднує візуальне й аудіальне, концентруючись на просторово-часовій миті й повертаючись від власне візуального чуття до «царини синестезії та тісного взаємопроникнення інших почуттів» [2, с. 128].

Як наслідок прискорення й інтенсифікації інформаційних процесів, кліпове мислення водночас не стало кардинально новим видом пізнання. К. Фрумкін зазначає, що кліпове мислення — це «вектор у розвитку відносин людини з інформацією, що виник не вчора й зникне не завтра» [5]. Два різні світогляди можуть існувати в різні часи й епохи. Художня культура, в якій сконцентровано творчий досвід поколінь, найближча до кліпового дискурсу завдяки емоційності творчого процесу, асоціативно-образному мисленню творців. Література в цьому разі не є винятком, адже сучасні автори відчують вплив кліпового мислення, створюючи книжки у відповідному стилі і графічно-плакатних презентацій, тобто візуалізуючи текстову інформацію. Тому слід вести мову радше не про занепад книжкової культури, а про зміни в ставленні до створення текстів. Кліповість сприйняття характерна також для інших видів мистецтва, що свідчить про спорідненість цього типу пізнання з художнім мисленням через схильність до образності. Художній образ місткий і символічний, його основою є ідейна асоціація — один з видів зв'язків фрагментарних інформаційних сегментів.

Поняття кліпу найчастіше асоціюється з музичними відео кліпами й відповідними телеканалами, які вважаються джерелом виникнення цього типу мислення. Також, схожі принципи застосовує телевізійна реклама у відео роликах, котра разом з музичними кліпами відображає основні елементи телевізійної творчості, що базується на кліповому мисленні. Але нині й інші жанри та формати телебачення мають безпосередні зв'язки з означеним принципом подання інформації, про що свідчать випуски телевізійних новин, сюжети яких не пов'язані один з одним і перериваються відеозаставками й анонсами; телевізійні концерти за участю різних виконавців, численні талант-шоу, рекламні ролики, які хаотично змінюють один інший, безліч телевізійних каналів, які постійно перемикають телеглядачі. Велика кількість і мінімальне усвідомлення інформації стимулюють швидке її забування заради споживання нової, що зумовлює скороминущість ефірного часу й нетривале існування новини, тотальне панування кліпового, фрагментарного мислення у створенні й сприйнятті телевізійного твору. Змінюється й призначення телевізійної інформації, спрямованої не на розуміння змісту, а на те, щоб справляти враження на глядача, що, у свою чергу, відображається у творчій діяльності телемитців. «Мозаїчна новина, — зазначає М. Маклюен, — не розповідь, не точка зору, не пояснення й не коментар. Це корпоративний глибинний образ діючої спільноти, що закликає до максимальної участі в соціальному процесі» [2, с. 259]. Тобто сучасні випуски новин не є об'єктивним відображенням інформаційного

простору суспільства, вони створюють нову реальність, яку фокусує в собі образ сьогодення.

Із часом на тлі подальшої еволюції кліпового мислення, з прискоренням та збільшенням інформаційних потоків, бурхливим розвитком Інтернету, телеба-чення втрачить свою головну роль у цьому процесі. Адже воно, на думку К. Фрумкіна, «за нинішніх часів доволі архаїчне, оскільки все-таки передбачає лінійну послідовність розповіді» [5]. Дійсно, сучасні телепрограми, як і раніше мають фіксований в ефірі хронометраж і сприймаються послідовно в часі. Завдяки стрімкому розвитку мультимедійних технологій телевізійна творчість зазнає зворотного впливу кліпового принципу відображення дійсності. Відтак, виникає поліекранність (подання різної інформації водночас у декількох частинах екрану) в інформаційних випусках новин, ранкових пізнавальних програмах, інтерактивних ток-шоу. Дедалі більше сучасні програми поєднують жанрове різноманіття телепродукції, що спричиняє появу змішаних телевізійних шоу, котрі містять виразні можливості репортажу, інтерв'ю, бесіди, розважального видовища. Інша ситуація помітна в монолітних за структурою програмах, які не мають розподілу на рубрики, але містять декілька історій, окремі епізоди з яких постають у чергуванні. Так виникає принцип подрібненої багатосюжетності. Телеаудиторія, маючи в розпорядженні пульт дистанційного керування, здатна за допомогою короткочасних перемикачів переглядати водночас декілька передач, подрібнюючи таким чином інформаційні сегменти, внаслідок чого інформація стає фрагментованішою, текст — насиченим короткими фразами, звуковий та відеоряд — наповненими миттєвими перемиканнями, швидкими динамічними кадрами, монтаж — агресивнішим. Як наслідок змінюється завдання телевізійного інформування, яке тепер спрямоване на створення не логічно свідомого, а радше емоційного ставлення до того, що відбувається. Глядач стає дедалі пасивнішим споживачем інформації, підвладним маніпулятивним прийомам, які з метою емоційного впливу використовуються в кліпових творах. Акцент лише на емоціях змушує людину користуватися набутою інформацією в повсякденному житті. Для закріплення ефекту використовуються посилання на відомих публічних осіб, що викликає гіпертрофований інтерес до їхнього життя. Особливо яскраво це висвітлено в комерційних телепрограмах і, зокрема, в рекламних роликах. Таким чином, образ сьогодення, відтворений у новинах, стає еталоном суспільних цінностей, на яких, до речі, виховується творча особистість.

Означені закономірності екранного мислення безпосередньо відображаються в глядацькому сприйманні в умовах максимального розмаїття телепрограм і телеканалів, а також у світогляді

телевізійних митців, які спочатку зазнають впливу телебачення як глядачі, а потім формують зміст телепродукту. Тому особливо важливим для педагогіки вищої школи, що формує й виховує майбутніх телевізійних митців в умовах сучасного інформаційного суспільства, є активне засвоєння й утілення в навчальну методику специфічних властивостей кліпового світогляду й здобуття знань. Фрагментарна культура, згідно зі спостереженнями А. Моля, не є інституціональною ознакою, це «результат безперервного, багатого й безладного потоку випадкових відомостей, які щоденно впливають на нас» [3, с. 45]. Проблема такого синтезу полягає в тому, що здобуті в процесі навчання знання не можуть залишатися в пам'яті лише уламки інформації та ідей, як це відбувається з повідомленнями ЗМІ, а навпаки мають міцно в повноцінному об'ємі залишатися у свідомості митця й формувати його творчу особистість. Це можливо за умови активного залучення експериментальних видів і засобів навчання, спрямованих на вироблення практичних творчих навичок.

Проведене дослідження свідчить, що кліпове мислення та телевізійна творчість зазнають сьогодні взаємного впливу й розвитку, що відображається в стискуванні часових рамок аудіовізуальної інформації, концентруванні змісту у відібраних монтажних кадрах і планах, яскравості та контрасті їхнього поєднання й усього темпоритму монтажних зчеплень, видовищності відеоряду, котрий містить великий обсяг інформації за короткий час. Означені особливості телевізійної творчості пов'язані зі здатністю кліпової свідомості швидко й природно переходити з одного змістового фрагменту на інший, водночас засвоюючи в декілька разів більше інформації, ніж у послідовному вчитуванні в текст. З точки зору такого взаємовпливу виховання фахівців телевізійної сфери слід будувати, зважаючи на ознаки часу й активного освоєння характерних особливостей кліпового мислення, що сприятиме ефективності та якості професійної підготовки і повноцінному розвитку творчого потенціалу. Вироблення методики такого виховання в рамках культурно-мистецької вищої освіти гідне подальших наукових досліджень.

### Список літератури

1. Емельяненко В. Завтра наступило вчера / В. Емельяненко // Профиль. — 2008. — №5. — С. 80–82.
2. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн / Пер. с англ. В. Николаева; Закл ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра фундаментальной социологии»)
3. Моль А. Социодинамика культуры : Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. — М. : Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.



4. Омарова Л. Б. Мера свободы личности в информационных потоках современности / Л. Омарова // Гуманитарные науки. Вестник финансового университета при правительстве РФ. — 2011 — № 4 — С. 31–36.
5. Фрумкин К. Клиповое мышление и судьба линейного текста [Электронный ресурс] / К. Фрумкин. — Режим доступа : <http://www.toros.ru/article/7371>. — Загл. с экрана.
6. Чугунов А. В. Развитие информационного общества: теории, концепции, программы: Учебное пособие / А. В. Чугунов. — СПб. : Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. — 98 с.

УДК 791.229.2:[378.147:[070:654.19]

О. О. КОСАЧОВА  
О. А. KOSACHOVA

### КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЕКРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ В КОНТЕКСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТЕЛЕЖУРНАЛІСТИКИ

### CRITERIA OF THE SCREEN PRODUCTS ESTIMATION IN THE CONTEXT OF TELEVISIONAL JOURNALISM SPECIALISTS STUDIES

*Розглянуто проблему якості екранної продукції; запропоновано просторово-часовий, аксіологічний та гносеологічний підходи до визначення критеріїв оцінки якості екранних творів.*

**Ключові слова:** телемистецтво, тележурналістика, екранна продукція, критерії оцінки, документальний телефільм, простір і час, аксіологія, гносеологія.

*Рассмотрена проблема качества экранной продукции; предложены пространственно-временной, аксиологический и гносеологический подходы к определению критериев оценки качества экранных произведений.*

**Ключевые слова:** телеискусство, тележурналистика, экранная продукция, критерии оценки, документальный телефильм, пространство и время, аксиология, гносеология.

*The problem of the screen products quality is considered; the spatio-temporal, axiological and gnosiological approaches to determination of screen products quality are offered.*

**Key words:** televisional art, televisional journalism, screen products, criteria of estimation, documentary telefilm, space and time, aksiology, gnosiology.

Фахова освіта та самовдосконалення студента сприяють ґрунтовному розвитку знань, умінь і навичок до втілення актуальних культурних смислів в аудіовізуальну форму. Опанування техніки та методики створення засобів мультимедіа надає