

УДК 378.4:811.111:159.9

**КЛІПОВА СВІДОМІСТЬ ЯК ФАКТОР  
ВИКОРИСТАННЯ ПРЕЗЕНТАЦІЙ****CLIP CONSCIOUSNESS AS A FACTOR  
IN USING PRESENTATIONS****Савченков О. Г.,**аспірант, Одеський національний  
політехнічний університет (Одеса, Україна),  
e-mail: savchenkov.alexey@gmail.com**Savchenkov O. G.,**graduate student of Odessa National Polytechnic  
University (Odessa, Ukraine), e-mail:  
savchenkov.alexey@gmail.com

*Розглянуто презентації як метод подання інформації в форматі кліпового мислення. Презентація втілює потреби швидкого реагування та яскравої кліпової візуалізації через зростання обсягу інформації, що надходить з соціальних мереж, інтернету, зростаючих можливостей для віддаленого спілкування з людьми, постійного збільшення необхідного рівня знань в процесі освіти і подальшої роботи. За допомогою презентацій, ми перетворюємо лінійну інформацію в аудіовізуальну послідовність. Ми можемо подавати її більш яскравими та незабутніми порціями, кліпами, що дає нам можливість концентрувати і акцентувати увагу аудиторії в потрібні моменти протягом усього процесу презентації. В умовах панування кліпової свідомості серед молоді, що виражається у дефіциті уваги, зниженні концентрації і поступовій втраті можливості сприймати інформацію лінійним методом, саме презентація дозволяє зробити повідомлення яскравими, та водночас зберегти лінійну послідовність.*

**Ключові слова:** кліпова свідомість, кліпове мислення, презентація, сприйняття інформації.

*The article considers presentations as a method for presenting information in the format of clip-thinking. The presentation embodies the needs of quick response and bright clip visualization due to the growing volume of information, coming from social networks, the internet, growing opportunities for remote communication with people and continuous increase in the required level of knowledge in education and further work. With the help of presentations, we turn linear information into an audiovisual sequence, which we can present in more vivid and unforgettable portions, clips, which gives us the opportunity to concentrate and focus the audience at the right moments throughout the presentation process. In context of clip consciousness domination among young people, which is expressed in the lack of attention, reduced concentration and gradual loss of the ability to perceive information linearly, it is the presentation that allows the study to be bright and simultaneously maintain a linear sequence.*

**Keywords:** clip consciousness, clip thinking, presentation, perception of information.

**Постановка проблеми.** Сучасні дослідження філософів, психологів та соціологів наголошують на зміні способів переробки та зберігання інформації, які притаманні людській свідомості. З одного боку це пов'язано зі зміною поколінь, та трансформацію технічних можливостей передавати та зберігати великі обсяги інформації. Але сутність трансформації є набагато складнішою, пов'язана з багатьма феноменами культури та потребує всебічного дослідження. Одним із проявів трансформації стали презентації, що за останні десятиліття від прикрашення освітнього процесу або ділових переговорів перетворились на невід'ємну їхню частину.

**Аналіз останніх досліджень.** Класичними дослідженнями вважаються роботи Е. Тоффлера та Ф. Гіренка, а серед останніх досліджень слід відмітити роботи Т. Землинського, Н.Г. Ферсман, Удовицьку Т. А., Схалова В. В. та інших.

**Мета** визначити роль фактору використання презентації для представників кліпової свідомості.

Що саме спричинило таку шалену популярність презентацій у останньому часі? Свідомість сучасної людини суттєво змінилась, нас оточують надвеликі обсяги інформації, тому з класичного завдання – пошуку та аналізу текстів, сучасні фахівці перейшли до режиму швидкісної обробки надвеликих баз даних.

Вперше таку тенденцію описав Е. Тоффлер у терміні «блїп-культура» [8], а потім з'явився термін «клїпова свідомість», що позначає не тільки розвиток самої культури, але і здатність нашої свідомості змінюватись згідно еволюції культури. Один з відоміших дослідників кліпової свідомості, К. Г. Фрумкін [10] визначає що цей новий тип свідомості є «вектором у розвитку відносин людини з інформацією, здатність швидко перемикається між розрізненими смисловими фрагментами, але нездатність до сприйняття тривалої лінійної послідовності – однорідної і одностільної інформації».

Сучасні дослідники виділяють декілька факторів, що породили феномен «клїпового мислення»:

- 1) прискорення темпів життя і безпосередньо пов'язане з ним зростання обсягу інформаційного потоку, що породжує проблематику відбору і скорочення інформації, виділення головного і фільтрації зайвого;
- 2) потреба в більшій актуальності інформації та швидкості її надходження;
- 3) збільшення різноманітності інформації, що надходить;
- 4) збільшення кількості справ, якими одна людина займається одночасно;
- 5) зростання демократії та діалогічності на різних рівнях соціальної системи.

Тобто головним чинником трансформації є зміна інформаційного рівня розвитку суспільства, що призвела до сильних інформаційних перевантажень у всіх сферах життя людей, що впливає також на працездатність і швидкість прийняття рішень. Такі серйозні трансформації змусили до себе пристосовуватися: міняти ставлення до даних і методів роботи з інформаційним потоком, особливих змін зазнала також система освіти, яка суттєво трансформувалась у світі віртуальних освітніх технологій [2]. Завдяки своїй гнучкості, людське мислення стало працювати швидше за рахунок більшої вибірковості, пропускаючи тільки необхідну інформацію і блокуючи непотрібну. Як зазначають Т. Землинська та Н. Ферсман: «Суть кліпового мислення полягає в вихоплюванні окремих фрагментів реальності і сенсу, не пов'язаних одна з одною, але яскравих» [5]. Також важливим фактором є прагматизм, що є характерним для представників кліпової свідомості – їм завжди потрібно відчувати кінцеву мету завдання та її практичну корисність [4].

Як зазначає Т. А. Удовицька, ми можемо спостерігати певну послідовність: «Кліпове мислення» формує процес і спосіб отримання

інформації, на його підставі виникає «кліпова свідомість», що формується як мозаїчне, фрагментарне, надто різноманітне (деколи протилежне) відображення дійсності в головах сучасних молодих людей. І на цій підставі ми, напевно, можемо говорити й про «кліпову поведінку» як специфічну соціальну діяльність, яка теж характеризується різноманітністю, частою зміною форм, незавершеністю початого і, у деяких випадках, нелогічністю. Але термін «кліпова поведінка» практично не присутній у міркуваннях про феномен «кліповості» в структурі соціальної діяльності сучасної людини й потребує глибокого наукового осмислення не теоретичному та емпіричному рівнях» [9].

Зміна типу свідомості, засобу мислення та, навіть, поведінки спричинила вагому трансформацію також і засобів передачі інформації та технологій освіти. Останні дослідження показують, що класичні текстові масиви інформації становляться важкими та неефективними для сприйняття і навчання. Як зазначає Д. Горлач «Ай-трекінг, який використовують компанії у процесі розробки дизайну та структури сайту, свідчать про чітку спрямованість уваги на візуальних динамічних об'єктах. Об'ємний текст сприймається тільки людьми старшого покоління, які виховані книжковою культурою. Сайт із розширеними текстовими описами просто приречений на низький показник відвідувань. Сучасна аудиторія потребує динаміки, постійного мерехтіння, зміни інформаційних об'єктів, графічних образів» [3, с. 18].

Саме такі яскраві фрагменти, графічні образи та динаміку дозволяє нам репрезентувати презентація.

Історичне впровадження презентацій передувало розвиток друкарських та комп'ютерних технологій: спочатку презентації подавали інформацію за допомогою плакатів, які або робилися самим презентатором, або замовлялися у художників. Це був досить трудомісткий і дорогий процес, а необхідність внесення будь-яких змін в плакати вимагав їх фактичного повного перероблення. З розвитком технологій люди стали застосовувати проєктори на плівкових носіях для спрощення та здешевлення процесу, але незважаючи на те, що технічно вони існували ще з XIX сторіччя, перший виток розвитку почався з винаходом Едісоном лампи в XX сторіччі. Проєктори із застосуванням лампи як джерела світла були набагато компактніше і безпечніше, хоча сам процес виготовлення застосованих в них слайдів все ще вимагав залучення професійних художників до створення презентацій.

Тільки розвиток комп'ютерної ери дав можливість кожній людині стати «презентатором», причому використання презентацій було тільки одним з багатьох засобів впровадження мультимедійних технологій: «Мультимедійні технології роблять навчання більш насиченим, враховують індивідуальні особливості користувачів, сприяють розвитку особистісних якостей

осіб. Така інтенсифікація пізнавальних здібностей особливо необхідна на лекційних заняттях, оскільки лекція, незважаючи на постійну критику, залишається важливою формою навчання у ВНЗ» [5].

Але згодом презентації почали займати все більше місце, перетворившись з засобу прикрасення речень на засіб зробити їхнє функціонування більше ефективним. Тут можна згадати відому цитату С. Джобса: «Дизайн – це не те, як речі виглядають, а те, як вони функціонують» [цит. за 6].

Презентація стає домінуючим засобом передачі інформації, що ідеально співпадає з настановами представників кліпової свідомості. Візуальні історії, які є основою презентацій, дозволяють поділити інформацію на короткі яскраві фрагменти, тобто адаптувати до особливих освітніх проблем, що мають представники кліпової свідомості.

Згідно дослідженням Де Боно, сучасна молодь більш швидко сприймає інформацію, навіть може виконувати декілька аналітичних процесів одночасно, але їм більш важко працювати з великими обсягами текстів без візуального або аудіального супроводу [1]. Презентації стають зарядом, що допомагає фахівцям з економіки активізувати економічні процеси, допомагає лідерам думок запалювати своїми промовама серця тисяч.

Але робота з презентаціями у сучасному форматі повинна відрізнитись від просто ілюстративного матеріалу.

Деякі автори презентацій вважають, що завдання презентації – скопіювати текст їхньої промови, доповнивши їх гарною відповідною картинкою. Але ні, якщо «меседж» презентації повторює текст виступу, аудиторія втрачає інтерес, тому що представникам кліпової свідомості взагалі важче сконцентруватись на чимось, лінійне послідовне розгортання інформації є для них заважкою, а коротке мультитаскове напруження аналітичних процесів дається їм значно краще.

Д. Новаківська радить тим, хто дійсно хоче створити таку презентацію, що буде зрозуміла представникам будь-якого типу свідомості: «Ми починаємо «креаторію» з прописання ідеї, яку б ви хотіли донести до аудиторії. Одразу скажу, що це не тема, яка потім з'явиться на титульному слайді. Це ваше обґрунтування собі, а потім і вашим слухачам, що ваш виступ вартий проінвестованого часу. Ідея стане точкою опори в презентації та фільтром у вашій підготовці до неї. В чому суть вашої промови? Що важливе хотіли б донести? Яке коротке резюме ви хотіли б залишити в головах людей, до яких звертаєтесь?» [7].

Далі, існує серйозна і важка проблема: яким повинно бути співвідношення тексту та графіки у презентаціях? Скільки слайдів повинно бути щоб представники кліпової свідомості, все ж таки змогли тримати у увазі головну лінію розгортання ідеї презентації?

Слід зазначити, що одна з основних проблем кліпової свідомості – відсутність здібності

сприймати і будувати контекст. Контекст (від лат. «Contextus» – тісний зв'язок, з'єднання) – усна або письмова мова, що володіє смисловою завершеною, яка дозволяє з'ясувати сенс і значення окремих вхідних в її склад фрагментів.

При сприйнятті будь-якого пов'язаного тексту формується якийсь контекст – набір положень і припущень, які вже були розглянуті в зв'язку зі справжніми питаннями, і будь-яке нове положення з тексту людина розглядає як в сформованому контексті, так і в контексті власних знань і досвіду. Чим довше текст, тим складніший буде його контекст, тим простіше усвідомлювати семантичні зв'язки між явищами, так як вони фактично існують перед очима – в контексті.

При КС розуміння контексту утруднено і в результаті кліп не залишає слідів в пов'язаній семантиці явищ. І, незважаючи на те, що кліп – це форма репрезентації інформації, всі проблеми, пов'язані з цим підходом, виникають виключно при інтерпретації. Так, людина, яка захоплюється політикою і розуміє, що насправді відбувається в політичному світі, абсолютно спокійно може об'єднати новітні кліпи в єдину картину завдяки наявного у ній контексту. Для людини ж незацікавленої, інформація, подана в такому вигляді, швидше за все, буде набором розрізаних положень, вона не здатна зрозуміти причини і наслідки явищ, тому що не бачить між ними зв'язків, а зв'язків вона не бачить в силу того, що сам формат подачі інформації не дає шансів утворитися їм мимовільно, тобто у неї недостатньо досвіду для їх утворення [11].

Презентація повинна все ж таки відтворити контекст – тобто показати не тільки саму ідею, але й системні зв'язки, яких так не вистачає представникам кліпової свідомості. За для цього ми повинні поєднувати графічні та вербальні компоненти презентації, але потрібно розуміти, що перш за все потрібна вербальна ідея (у лаконічно тезисному вигляді), а потім вже ілюстративний матеріал.

Д. Новаківська розповідає: «Якось моя знайома графічний дизайнер розповіла мені про цікавий конфуз з клієнтом. Він прийшов з проханням створити оформлення для його книжки. Тільки от був один нюанс – книжка ще не була написана. Були деякі ідеї щодо того про що вона має бути. Дизайнер відмовилась сказавши «Картинки створюються, щоб робити ваші слова і думки наглядними і зрозумілими для інших. Оформляючи ненаписану книгу я ілюструю власні думки, а не ваші» [7].

Через цей приклад ми бачимо, що візуалізація, яка там необхідна представникам кліпової свідомості пов'язана не тільки з картиною, слова – це теж уява, це також певна візуалізація ідеї. Жодні ілюстрації, іконки, діаграми та графіки – не спроможні виправити ефект заплутаних слів, або слів, що невірні репрезентують ідею. Їх появі має передувати якісна робота на рівні смислів. Візуалізація покаже або системність та глибину вашого розуміння теми, яку комунікуєте. Або

забезпечить вам провал невміння схематично та асоціативно донести свій меседж, який свідчить, що до звертання до аудиторії ви самі не дуже розібрались в темі.

Іноді фахівці вважають, що якщо представникам сучасної кліпової свідомості важко зосередитись, то краще викласти одразу всю ідею презентації на початку. Але останні дослідження стверджують, що важкі задачі потрібно вирішувати за принципом поїдання слона – по частинах. Тому і ідею варто презентувати за таким принципом, розгортаючи її поступово. Те ж стосується вивчення складної теми чи предмету, освоєння нової навички.

Викладання фрагментами-частинками – це єдиний вихід у світі, що перенавантажений інформацією. New York Times ще в 2010 році писала, що людина у 18 столітті отримувала такий же об'єм інформації, який містить одна їх газета. Сучасна інформаційна ера змушує нас виробляти звичку відфільтровувати, уникати зайвої інформації. Д. Новаківська пропонує: «Уявіть, що люди, для яких ви почали презентацію, сидять в коробках. Це спеціальний захисний костюм придуманий нашим мозком для вберігання нас від інформаційного та емоційного перевантаження. Вони на початку вашої розмови ще в своїх думках і телефонах. І в них свій світ знань, переконань і бачень, які допомогли їм сформувати стабільну персональну модель світу. Якщо символічно уявити ефект запальної промови зі страту про всі нюанси і переваги вашої ідеї чи проекту, то це наче ви починаєте фугувати з пожежного шлангу по цій коробці. Не дивно, якщо після такого початку спілкування людина втікатиме від вас чи включить оборону з нападом» [7].

Дослідник лідерських промов Саймон Сайнек вивів модель «Золоте коло», яка допоможе вам заволодіти увагою людей і надихати на взаємодію з вами та реалізацію задуманих проектів. Ці запитання він піддивився у кращих промовців, яким довіряють і які мають великий вплив. Саме відповідь на три питання дає можливість у вашій промові досягнути якісного і передбачуваного впливу на аудиторію: «Чому–Що–Як» [12].

Що? Це найбільш очевидне питання. Кожна компанія чи організація на планеті знає що вона робить. Не залежно від рівня фаховості кожен працівник може назвати, що компанія чи організація пропонує іншим. Що є продуктом чи послугою? Більшість зможуть описати вигляд та вказати основні якості.

Як: деякі компанії та особистості знають, як створюється продукт, послуга чи проект. Які дії в компанії та організації передують появі продукту чи послуги на ринку. Дехто може розповісти про комплексний підхід, маркетингову стратегію чи описати унікальну пропозицію компанії чи організації (чим ми відрізняємось від конкурентів). У навчанні важливо відобразити, як саме ми отримаємо нові данні, та як функціонує теорія, що ми наразі вивчаємо.

Чому? (Заради чого?) – найменш окреслене питання. Але важливість його ми вже оцінили на

етапі створення опор для нашої презентації. Дуже мало людей можуть сформулювати ЧОМУ вони роблять те, ЩО вони роблять. У чому полягає мета ваша і вашої компанії чи організації? Віра в що надихає людей працювати разом по вашій темі?

У навчання важливо окреслити, чому саме дана парадигма була обрана для того, щоб репрезентувати наші погляди на наукове відображення світу.

Саме якісне осмислення того, що є важливим і цінним для вас особисто і для вашої компанії чи організації, (або для науки, якщо це освітній процес), допомагає знаходити «своїх» серед аудиторії.

Але це не повинна бути реклама. В епоху «Зепінга» (перемикання каналів) сучасна аудиторія з кліповою свідомістю чітко бачить маніпулятивні технології. Це повинна бути візуальна історія – і саме це головна мета презентації, в цій історії той, хто переглядає презентацію є не тільки переглядачем, але і учасником створення історії, якщо презентація буде супроводжуватись діалоговим форматом доповіді.

Щоб створити саме інтерактивну презентацію – діалог, що найкраще відповідає очікуванням молоді з кліповою свідомістю, Д. Новаківська пропонує використати методику «монтажний стіл» [7]. Для цього вам знадобиться листок фліпчарт паперу і стікери трьох кольорів. Ваше завдання полягає в тому, щоб вивантажити усі знання та дані з вашої голови. Випишіть їх на стікери, щоб ви нарешті побачили інформацію, якою володієте. Це дасть зрозуміти об'єми вашої бази знань, яку доведеться потім відфільтрувати для презентації (а в майбутньому це й основа для оперативної підготовки презентацію за тією ж темою, але для іншої аудиторії чи з іншою ціллю). Водночас, така виставка інформації допоможе побачити «сліпі зони». Адже часто ми лише думаємо, що ми володіємо якимись знаннями, а в реальності це лиш назва пустої по змісту коробки.

Важливий принцип для виставки ваших фондів знань – порядок відповіді на запитання по моделі «Золотого кола». Якщо в промові вам варто починати з відповіді на питання «Чому», то в підготовці варто йти по золотому колу в зворотньому напрямку. Спершу вивантажить інформації, що відповідає на питання «що», тоді «як», а лише тоді «заради чого».

Після того, як виставка з фонду знань готова, візьміть великі стікери і випишіть ключові меседжі презентації. Для цього поверніться до ваших опор – опису ідеї та цілей ваших та потенційної аудиторії. А тепер вам потрібно вибрати з них лише три.

Необхідність такої вибіркової лежить у суті функціонування свідомості у представників кліпової свідомості. Аналітичне та аналогове мислення застаріло, бо не справляється з задачами оперативної обробки терабайтів інформації. Кожну секунду головний мозок переробляє понад 400 мільйонів бітів інформації, але до знання доходять лише 2000 з них. Іншими словами, 99,9999% інформації, що виливається на вас кожен день, проходить непоміченою.

Важливо пам'ятати, що кліпова свідомість – це не тільки прерогатива молоді, але схожі трансформації сприйняття відбулися і з людьми старшого покоління. Завеликий обсяг інформації змушує мозок виробити нову систему запам'ятовування, навіть якщо вам 30 років та ви звикли до друкованих засобів отримання інформації. Окрім молодих представників кліпової свідомості, мозок навіть «не кліпової людини» також починає працювати в схожому форматі: він робить нарізку «слайдів» для картотеки пам'яті, які логічно зв'язані поміж собою за у певний маленький ролик. Кожен слайд нагадує «карту пам'яті», де є асоціативна картинка та її описова назва. Залежно від важливості теми, цей ролик може складатись від кліпу з трьох до десяти слайдів.

Для створення з презентації саме зручного кліпу для формату кліпової свідомості, важливо обрати 3–4 меседжі з огляду на ідею та цілі, які дуже цінно донести до аудиторії в першу чергу, щоб вони були включені в їх «кліп» про вашу презентацію. Один з них має починати вашу спілкування, а значить має бути в зрізі «ага» комунікації. Тобто чимось, з чим аудиторія радше погодиться і не матиме заперечень чи власних трактувань.

Презентація повинна бути мультимедійним сторібордом, що допомагає нам цілісно і водночас структурно побачити матеріал презентації. Він передбачає, що по центру є ідея, яка розгортається в меседжі. А кожен з них отримує в підсилення, пояснення чи аргументацію інші слайди з графіками, ілюстраціями, історіями, кейсами чи алгоритмами.

Це дає змогу будувати презентацію дотримуючись логічної структури з центральною темою – ідеєю, підтемами меседжами та аргументацією у вигляді слайдів–фактів та слайдів–історій. І така послідовність нагадує природню модель, яку ми використовуємо при спілкуванні навіть з друзями.

**Висновки.** Використання презентацій свого часу викликало багато нарікань щодо спрощення інформації. Але сучасна молодь, що структурує інформацію згідно принципам кліпової свідомості, робить це не краще і не гірше за попередників, її засіб просто інший. Презентації дозволяють зберегти основні ідеї–меседжі лекції, якщо структурувати їх у формі саме змішаного комплексного викладу основних цілей матеріалу, а не просто спростити до графічного зображення.

#### Список використаних джерел

1. Бано, Э., 2007. 'Параллельное мышление', Минск: *Попурри*, 320 с.
2. Бородин, Н., 2016. 'Философия у мережі віртуальних освітніх технологій', *Філософія та гуманізм*, с.24–35.
3. Горлач, Д. 'Кліпове мислення як фактор впливу на організацію мережевих видань', *Видавничі справа та мережеві видання*. [online] Доступно: [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/4\\_1/2-Horlach.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/4_1/2-Horlach.pdf)
4. Жарких, В.Ю., 2018. 'Еволюція кліпової свідомості з погляду філософії прагматизму', *Гуманітарний часопис*, №3, с.21–29.
5. Землинський, НГ., Ферсман 'Методики навчання у ВНЗ в контексті кліпового мислення сучасного студента'. [online]

Доступно: [https://human.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2016/4/zemlinskaya\\_fersman.pdf](https://human.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2016/4/zemlinskaya_fersman.pdf)

6. Єхалов, ВВ., Седінкін, ВА., Бараннік «Кліпове мислення» та сучасна вища медична освіта. [online] Доступно: [http://culturehealth.org/hogokz\\_knigi/Arhiv\\_DOI/09\\_10.11.2017.HOGOKZ/26.pdf](http://culturehealth.org/hogokz_knigi/Arhiv_DOI/09_10.11.2017.HOGOKZ/26.pdf)

7. Новаківська, Д. «Ефективні презентації». <http://gohigher.org/course-presentations>

8. Тоффлер, Э., 1999. «Третья волна», Москва: АСТ, 261 с.

9. Удовицька, ТА., 2013. «Кліпове мислення» молоді: особливості прояву в процесі навчання (до постановки проблеми)», *Вища освіта України: теорет. та наук.-метод. часопис*, Дод.1, Вип.31, Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського простору, Ін-т вищої освіти НАПН України, К., Том VIII (50), с.407–416.

10. Фрумкін, КГ., 2010. «Кліпове мышление и судьба линейного текста», *Топос литературно-философский журнал*. [online] Доступно: [http://nounivers.narod.ru/pub/kf\\_clip.htm](http://nounivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm)<http://www.topos.ru/article/7371>

11. Чаплак, ЯВ., Чуйко, ГВ. «Кліпова хаотичність як маніпулятивна технологія соціально-психологічного впливу в кіберпросторі», *DOI (Article)*: <https://doi.org/10.31108/2018vol13iss3pp21-40>

12. Sinek, Simon, 2009. «Start With Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action», ISBN 978–1591846444

### References

1. Bono, Je., 2007. «Parallel'noe myshlenie (Parallel thinking)», Minsk: *Popurri*, 320 s.

2. Borodina, N., 2016. «Filosofija u mrezi virtual'nih osvitnih tehnologij (Philosophy in the network of virtual educational technologies)», *Filosofija ta gumanizm*, s.24–35.

3. Gorlach, D. «Klipove mislennja jak faktor vplivu na organizaciju mrezevidan' (Clip thinking as a factor influencing the organization of network editions)», *Vidavnicha sprava ta mrezevidannja*. [online] Dostupno: [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/4\\_1/2-Horlach.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/4_1/2-Horlach.pdf)

4. Zharkyh, VJu., 2018. «Evolucija klipovoi' svidomosti z pogljadu filosofii' pragmatyzmu (Evolution of the clip consciousness from the point of view of the philosophy of pragmatism)», *Gumanitarnij chasopis*, №3, c.21–29.

5. Zemlins'kij, NG., Fersman «Metodiki navchannja u VNZ v konteksti klipovogo mislennja suchasnogo studenta (Methods of studying at higher educational institutions in the context of contemporary student's video thinking)». [online] Dostupno: [https://human.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2016/4/zemlinskaya\\_fersman.pdf](https://human.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2016/4/zemlinskaya_fersman.pdf)

6. Jehalov, VV., Sedinkin, VA., Barannik «Klipove myslennja» ta suchasna vyshha medychna osvita («Clip thinking» and modern higher medical education). [online] Dostupno: [http://culturehealth.org/hogokz\\_knigi/Arhiv\\_DOI/09\\_10.11.2017.HOGOKZ/26.pdf](http://culturehealth.org/hogokz_knigi/Arhiv_DOI/09_10.11.2017.HOGOKZ/26.pdf)

7. Novakivs'ka, D. «Efektyvni prezentacii' (Effective presentations)». <http://gohigher.org/course-presentations>

8. Toffler, Je., 1999. «Tret'ja volna (Third wave)», Moskva: АСТ, 261 s.

9. Udovyc'ka, TA., 2013. «Klipove myslennja» molodi: osoblyvosti projavu v procesi navchannja (do postanovky problemy) («Clip thinking» of youth: peculiarities of manifestation in the process of learning (before the problem is raised)», *Vyshha osvita Ukrainy: teoret. ta nauk.-metod. chasopys*, Dod.1, Vyp.31, Vyshha osvita Ukrainy u konteksti integracii' do jevropejs'kogo prostoru, Ін-т вищої освіти НАПН України, К., Том VIII (50), с.407–416.

10. Frumkin, KG., 2010. «Klipovoe myshlenie i sud'ba linejnogo teksta (Clip Thinking and the Fate of Linear Text)», *Topos literaturno-filosofskij zhurnal*. [online] Dostupno: [http://nounivers.narod.ru/pub/kf\\_clip.htm](http://nounivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm)<http://www.topos.ru/article/7371>

11. Chaplak, JaV., Chujko, GV. «Klipova haotichnist' jak manipuljativna tehnologija social'no-psihologichnogo vplivu v kiberprostorі (Clip chaos as manipulative technology of socio-psychological influence in cyberspace)», *DOI (Article)*: <https://doi.org/10.31108/2018vol13iss3pp21-40>

12. Sinek, Simon, 2009. «Start With Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action», ISBN 978–1591846444

\* \* \*