

Секція «Праксис»

Кліпова культура як причина новинної свідомості

Єлизавета Борисенко

Інститут філософії імені Г. С. Сковороди НАНУ

«Третя хвиля» Е. Тоффлера вийшла ще у 1980 році, проте деякі його міркування щодо сьогодення залишаються актуальними. Зокрема, цікавим є його зауваження щодо сучасної культури, яка стає все більш кліповою, тобто люди починають сприймати інформацію короткими уривками-кліпами. Її суть можна передати однією цитатою: «Узгодженість розбивається вщент. На особистому рівні ми повністю оточені й бомбардовані фрагментами образності, несумісними або взаємопов'язаними, які розхитують наші колишні уявлення і стріляють у нас розірваними або несистематизованими «екранними зображеннями» (Тоффлер, 2000, с. 150).

До цього, згідно з Тоффлером, призвели демасифікація медіа (тобто вони стають не масовими, а локальними) і швидкість інформаційного потоку та його сприйняття. У іншій своїй книжці «Шок майбутнього (*Future shock*)» Тоффлер веде мову про все більшу швидкоплинність популярних образів. На прикладі супермоделі Твіггі він показує, що її популярність тривала лише кілька років. Якщо у 60-х Твіггі знадобилося кілька років, щоб «зникнути» з інфопростору, то тепер будь-який образ, подія чи новина можуть «тривати» лише кілька місяців чи навіть менше.

Урешті така кліпова культура мала б призвести до того, що український філософ С. Пролеєв називає «новинною свідомістю»: «Новинна свідомість – це спосіб сприйняття дійсності, для якого характерні примат сучасності, головним організуючим началом якого є прагнення до новизни» (Бистрицький, Зимовець & Пролеєв, 2020, с. 301). Ми постійно хочемо дізнаватися все новішу інформацію, щоб почуватися зорієнтованими до контексту («бути в тренді»), ба навіть просто задля відчуття ком-

форту. Так можна пояснити популярність різних медій із доволі сумнівною репутацією на кшталт «Трухи», адже вони прагнуть постити не вірогідну, а нову інформацію. До того ж подальше спростування повідомлень чи несправдження прогнозів уже не важливе, бо свідомість формує новина, яка задає відповідні очікування; і в певному сенсі ми живемо більше майбутнім, яке може справдитися чи ні, а не теперішнім, яке би спростовувало чи підтверджувало здогадки. Тому ця нездатність виявити причинові зв'язки навіть починає повертати віру в магію чи містику.

Однак варто згадати ще один приклад, наведений Тоффлером. Він пропонує увияти працівника, якому потрібно слідкувати за конвеєром та натискати на кнопку, коли він бачитиме, наприклад, червоний кубик. З часом його завдання ускладниться – збільшуватиметься кількість кольорів та їх варіацій і кількість кнопок, а швидкість конвеєра зросте. Врешті, що складнішим буде завдання, то більший тиск та дискомфорт відчуватиме працівник і частіше робитиме помилки.

А тепер замініть кубики кліповими повідомленнями (короткі відео, лаконічні заголовки тощо). Цей безупинний потік абсолютно різнопланової інформації вибудовує бачення світу, і на його основі свідомо чи ні людина приймає рішення.

Отже, кліпова культура призвела до появи сучасної «новинної» свідомості, яка стає вразливою до маніпуляцій та пропаганди, адже не здатна вибудувати цілісне світобачення з причинно-наслідковими зв'язками, і це призводить до того, що під її дією людина приймає нераціональні рішення.

Бібліографія:

Бистрицький, Є., Зимовець, Р. & Пролеєв, С. (2020).

Комунікація і культура в глобальному світі. Дух і Літера.

Тоффлер, Е. (2000). *Третя Хвиля.* (А. Євса, Пер.). Видавничий дім «Всесвіт».

Toffler, A. (1970). *Future shock.* Random House.