

СТОЛКНОВЕНИЕ КЛИПОВОГО И ПОНЯТИЙНОГО МЫШЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ В БИЗНЕС-КОНТЕКСТЕ

© Вокина А. Н., Юдалевич Н. В., 2020

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматривается феномен столкновения двух типов мышления — понятийного и клипового — в контексте современного бизнеса. Анализируются свойства, выявляются преимущества и недостатки каждого из типов мышления, делается вывод о том, для бизнесменов какого уровня какой тип больше подходит и в чем состоят угрозы управления бизнесом людьми с несоответствующим типом мышления.

Ключевые слова: клиповое мышление, понятийное мышление, мышление, бизнес, управление компанией

Учёные всё чаще говорят о том, что в основе успеха одних людей и неудач других лежит их способ мышления. Под мышлением понимается процесс мыслительной деятельности человека, высшая форма его творческой активности.

Классификация мышления идет по разным основаниям. Чаще всего используется деление на теоретическое и практическое мышление по характеру решаемых задач. По степени развернутости оно может быть дискурсивным и интуитивным, а по оригинальности выделяют репродуктивное и продуктивное мышление [1].

И если прошлый век был веком мышления понятийного, то в нынешнем веке преобладает мышление клиповое.

Английское слово «clip» переводится на русский как «кусочек», «фрагмент», «вставка». в XXI веке активно развивается новый вид мышления — мышление клиповое [2]. Впервые ввел в оборот понятие «клиповая культура» Тоффлер Э.. Мыслить «клипово» означает мыслить быстро, «фрагментарно», вне законов логики, не тратя время на установление причинно-следственных связей ради получения целостной, внутренне непротиворечивой картины окружающей действительности.

Особенности клипового мышления подробно проанализированы современными философами, психологами, культурологами, в целом оценивающими его как феномен скорее негативный (хоть и естественный), не способствующий глубокому, творческому постижению окружающего мира, подменяющий умение размышлять, обобщать и анализировать умением быстро ориентироваться в конкретной ситуации [3; 6; 7].

Суть клипового мышления в том, чтобы находить ответы на вызовы окружающей среды в максимально короткое время. А поскольку скорость смены событий в наше время стремительно растёт, извлечь из них смыслы становится практически невозможно. Известный российский философ Гиренок Ф. И. считает, что даже наша речь становится тормозом для развития человечества: язык «борется» с сознанием. Быстро мыслить можно лишь визуально, с помощью образов [9].

Пространство, в котором становится востребовано и формируется клиповое мышление, — это пространство стресса, аврала, поэтому человек с понятийным складом ума «выпадает» из него. Он, конечно, выполнит задание хорошо и основательно, но на это у него уйдёт слишком много времени, и поэтому не факт, что результат всё ещё будет актуален. Человек с клиповым мышлением, не углубившись в тему, не поняв её до конца, рискует ошибиться, но если интуиция его не подведёт, то победа будет за ним.

Одна из манипулятивных технологий, во многом обязанная своим появлением сформировавшемуся у людей информационной эпохи клиповому мышлению, product placement (по-русски её называют «скрытая реклама»). Эта технология предполагает использование логотипов торговых марок в фильмах, телесериалах, книгах, когда, например, при просмотре кинофильма зритель получает завуалированное рекламное сообщение [5]. Показательно, что люди старшего возраста, обладающие системным мышлением, чаще всего негативно относятся к такому типу продвижения продукции, в то время как молодёжь относится к product placement гораздо лояльнее. По данным исследования рекрутингового портала Superjob.ru, более 40 % россиян воспринимают product placement нейтрально или положительно, что свидетельствует о распространении клипового мышления и игрового восприятия реальности [5].

Люди, обладающие клиповым мышлением обычно с лёгкостью и быстро переключаются с одного фрагмента информации на другой, не теряя при этом «ориентации в пространстве» и не тратя на это слишком много сил. При этом основным свойством этого типа мышления является способность обрабатывать информацию с большой скоростью. Другой положительной особенностью является быстрое восприятие образной, то есть не текстовой информации, то есть обработка изображений идет гораздо быстрее, чем обработка текста.

Но при любых положительных свойствах явления всегда необходимо учитывать и отрицательные. К ним, в частности, относится неспособность людей с клиповым мышлением

воспринимать длинные линейные тексты, то есть однородную информацию сколько-нибудь большого объёма, в частности, книг [4].

В своих качествах клиповое мышление полностью противоположно мышлению понятийному. Понятийным мышлением считается такой вид мышления, при котором индивид оперирует понятиями, выявляет логические связи, делает выводы, следующие из последовательности фактов. При этом понятийное мышление работает на базе текстов и устной речи. Развитие понятийного мышления основано на закономерном использовании понятий и логических конструкций. Такая способность позволяет собирать, анализировать, сравнивать и систематизировать информацию, полученную в ходе деятельности.

Люди, обладающие понятийным мышлением, способны к «восприятию длительной линейной последовательности однородной и однотипной информации». Они с лёгкостью и удовольствием способны погрузиться в большой объём информации, дабы в последствии сформировать качественный аналитический обзор и сделать глубокие и качественные выводы. Однако, это происходит довольно медленно из-за линейного восприятия информации и последовательного ее осмысления

Клиповое мышление — это новое и современное явление, а понятийное мышление имеет многовековую историю развития.

В отличие от людей с понятийным мышлением, люди, обладающие мышлением клиповым, не задерживаются надолго на одном информационном объекте, а, образно выражаясь, словно бабочка «перелетают с цветка на цветок», потребляя то основное, что им нужно для формирования представления об предмете изучения.

Как уже говорилось выше, у каждого явления есть две стороны. Рассмотрим сначала негативные свойства клипового мышления:

- при клиповом мышлении окружающий мир не складывается в единую картину, человек будто теряется в окружающей действительности;
- при клиповом мышлении происходит упрощение и, следовательно, снижается глубина усвоения материала;
- у людей с клиповым мышлением теряется способность к анализу и выстраиванию длинных логических цепочек;
- потребление информации становится подобным поеданию fast-food'a, что, несомненно, снижает качество восприятия;
- люди с клиповым мышлением превращают любые виды текстов в практические пособия к действию;
- клиповое мышление также приводит к рассеянности и в тоже время к гиперактивности

Рассмотрим позитивные свойства клипового мышления:

- клиповое мышление используется как защитная реакция организма на информационную перегрузку;
- клиповое мышление ускоряет познавательную деятельность;
- клиповое мышление отфильтровывает наиболее важную информацию на данный момент;
- для людей с клиповым мышлением менее характерно «застывание» в психологически трудных чувствах, переживаниях, ситуациях;
- у людей с клиповым мышлением существенно возрастает способность к многозадачности [9].

Рассматривая клиповое мышление в бизнесе, можно сказать о том, что человек с подобным типом мышления вряд ли создаст что-то новое. Характер клипового мышления — стандартная схема бизнес-модели (например, «купи-продай»), это быстрое реагирование на один определенный объект. Можно выделить определенные модели поведения людей с клиповым мышлением: познанием «верхов» информации, яркая картинка, сопровождающаяся текстом. Предприниматель с клиповым мышлением найдет товар, который можно перепродать, закажет рекламу, не вникая особо в то, как работает сам рекламный механизм, так как ему будет важен результат, а не процесс.

Бизнесмен с клиповым мышлением работает со сменяющимися друг друга образами. При этом у него практически не задействован мыслительный механизм, который человеку с понятийным мышлением позволяет анализировать увиденное и синтезировать что-то новое, то есть, у него не задействована аналитико-синтетическая деятельность мозга. В этом случае нарушается последовательность обработки и хранения осознанной информации в память. Раз нет осмысления, оценки и обработки информации, не происходит формирование отношения к воспринимаемой сенсорными системами человека информации.

Следует отметить, что при этом изменяются потребности человека и его мотивация к действию. При таком поверхностном восприятии, которое дает клиповое мышление, у человека не формируются духовные качества и не обогащается сфера чувств [8].

Существует мнение, что в сфере бизнеса клиповое мышление свойственно людям успешным, способным быстро переключаться между задачами, делать мгновенные выводы, формировать суждения, принимать решения. Несомненно всё это важные для бизнесмена качества. Но отсутствие понимания глубинных процессов и закономерностей рано или поздно приводят к краху и фатальным ошибкам.

Есть мнение, что люди с клиповым мышлением могут быть эффективными руководителями среднего и высшего звена, ибо им необходимо быстро воспринимать результаты деятельности организации и тотчас же принимать решения,

основываясь на результатах и общей картине. Считается, что для принятия таких решений нет необходимости обладать системным мышлением, к которому способны люди с понятийным мышлением, им лишь необходимо «уметь выхватывать стратегически важные фрагменты информационной картины» [6].

Но не вникая в суть результатов, участники бизнес-процесса рискуют сделать разные и при этом неверные выводы, что повлечет за собой несогласованность действий, нарушение графиков работ, соглашений, и даже нарушит логику ведения бизнеса. Вот почему в любом бизнесе очень важны люди, обладающие понятийным мышлением, способные к анализу бизнес-процессов и к синтезу идей его успешного продолжения.

Людам с понятийным мышлением свойственно углубляться в информацию, разобраться, почему это так работает. В бизнесе человек с понятийным мышлением будет углубляться в психику людей, пытаться понять, что именно хотят люди, что нужно потребителю. У человека с понятийным мышлением намного больше шансов создать уникальный, доселе невиданный продукт, который действительно займет свою нишу на бизнес-рынке и будет интересен и потребляем.

Таким образом, сравнивая два типа мышления — клиповое и понятийное — можно сказать о том, что в бизнес сфере люди с понятийным мышлением могут разбираться в большом количестве информации, понимая структуру его создания. Однако, люди данного типа мышления долго изучают все необходимые им потоки информации, долго обдумывают и запускают свой продукт. В этом плане выигрывают люди с клиповым типом мышления, которые достаточно быстро охватывают какие-либо фрагменты информации, особо не вникая в суть и за короткий промежуток времени запускают свой готовый продукт [10].

В качестве примера можно привести бизнес такого типа, как интернет-магазин по продаже одежды. Человек с понятийным мышлением выстраивает изначально некую систему, в которой все взаимодействует друг с другом, находит нишу потребителей (например, беременные девушки 25–35 лет), выявляет, что именно интересно потенциальным покупателям, ищет надежных поставщиков, анализирует рынок конкурентов, настраивает таргетированную рекламу, которая нацелена на определённую аудиторию и геолокацию, то есть исследует все возможные источники информации, анализируя их и выводя для себя наиболее выгодный путь продвижения. Человек с клиповым мышлением создаст страницу магазина, закупит товар, рекламу, не вникая в то, каким должен быть его магазин, чтобы привлечь покупателя, что необходимо его потребителю и что он может ему дать, как выстраивать рекламу, чтобы она работала на него и приводила покупателей [5].

Современный бизнес построен скорее на клиповом мышлении. Несмотря на все достижения технического прогресса, нельзя отрицать, что искусственный интеллект изменил все сферы человеческой жизни, так как даже элементарный поход в магазин ограничивается посещением нужного сайта, который сам найдет необходимые рекомендации для потребителя. Исходя из вышесказанного, следует, что для получения наибольшей выгоды современный предприниматель будет использовать все слабости покупателя, в том числе и сознание, которым очень легко управлять из-за присущего ему клипового мышления. Яркая короткая реклама, привлекающие внимание слоганы, медийные личности, сделавшие бренд на своем имени.

Человек с клиповым мышлением быстрее найдёт нужную информацию, легче ориентируется в опасной ситуации, но только человек, владеющий понятийным способом мышления, сможет понять, почему это вообще произошло и что нужно сделать, чтобы в будущем подобного не случилось. Человек с клиповым мышлением может легко приспособиться к современному миру, но познать законы бизнеса способен только тот, кто оперирует понятийным мышлением.

Таким образом, клиповое мышление в отличие от понятийного, которое базируется на понятийных и логических конструкциях, работает с элементарными логическими взаимосвязями и быстрой сменой предметов мышления человека. Люди с понятийным мышлением в сфере бизнеса способны создавать действительно уникальные продукты, однако, на это уходит достаточно много времени. Для людей с клиповым мышлением свойственно повторение чужих идей, решения они принимают однотипные и стандартные, однако, люди с таким типом мышления очень быстро ориентируются в информации. ■

1. Творогова Н. Д. Общая и социальная психология [Электронный ресурс] // URL: <https://psyera.ru/4939/klassifikaciya-tipov-myshleniya> (Дата обращения: 26.03.2020)

2. Азаренок, Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире [Текст] / Н. В. Азаренок. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009

3. Галаганова С. Г. О потенциале российской «мягкой власти» [Текст] // роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве. М.: Экон-информ, 2016. - С. 239–244

4. Гиренок Ф. И. Клиповое сознание [Текст] / Ф. И. Гиренок. - М.: Проспект, 2016. - 256 с.

5. Гриценко И. А. Клиповое мышление – новый этап развития человечества [Текст] // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. - № 4 (104). - С. 71–74.

6. Доука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества [Текст] // *Общественные науки и современность*. 2013. - № 2. - С. 169–176.

7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. - М., Эксмо, 2012. - 864 с.

8. Козлова О. Н. Манипуляция сознанием и субъектность в XXI веке [Текст] / О. Н. Козлова. - *Вестник РГГУ*. 2010. - № 3.

9. Семеновских Т. В. «Клиповое мышление» – феномен современности [Электронный ресурс] / Оптимальные коммуникации: эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГГУ. URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/> (дата обращения: 27.03.2020)

10. Холодная М. А. Психология понятийного мышления: от концептуальных структур к понятийным способностям [Текст]: монография. - Москва: Институт психологии РАН, 2012. - 288 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Азаренок, Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире [Текст] / Н. В. Азаренок. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009

Галаганова С. Г. О потенциале российской «мягкой власти» [Текст] // роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве. М.: Экон-информ, 2016. - С. 239–244

Гиренок Ф. И. Клиповое сознание [Текст] / Ф. И. Гиренок. - М.: Проспект, 2016. - 256 с.

Гриценко И. А. Клиповое мышление – новый этап развития человечества [Текст] // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. - № 4 (104). - С. 71–74.

Доука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества [Текст] //

Общественные науки и современность. 2013. - № 2. - С. 169–176.

Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. - М., Эксмо, 2012. - 864 с.

Козлова О. Н. Манипуляция сознанием и субъектность в XXI веке [Текст] / О. Н. Козлова. - *Вестник РГГУ*. 2010. - № 3.

Семеновских Т. В. «Клиповое мышление» – феномен современности [Электронный ресурс] / Оптимальные коммуникации: эпистемический ресурс Академии медиаиндустрии и кафедры теории и практики общественной связности РГГУ. URL: <http://jarki.ru/wpress/2013/02/18/3208/> (дата обращения: 27.03.2020)

Творогова Н. Д. Общая и социальная психология [Электронный ресурс] // - URL: <https://psyera.ru/4939/klassifikaciya-tipov-myshleniya> (Дата обращения: 26.03.2020)

Холодная М. А. Психология понятийного мышления: от концептуальных структур к понятийным способностям [Текст]: монография. - Москва: Институт психологии РАН, 2012. - 288 с.

Conflict of clip and conceptual thinking in a business context today

© Vokina A., Iudalevich N., 2020

The article explores the phenomenon of the collision of two types of thinking — conceptual and clip — in the context of modern business. Analyzing the various features, we identify the advantages and disadvantages of each type of thinking and make the conclusion about the most appropriate type for the managers at different levels. In addition, the article discusses the pitfalls of managing by a person with irrelevant thinking concept.

Keywords: clip thinking, conceptual thinking, thinking, business, company management
