

knowledge of consumers of educational services in institutions of higher education]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. № 1. S. 67-72.

8. Yanchenko, O.I. (2008). *Formy i metody kontroliu znan v umovakh suchasnykh navchalnykh tekhnolohii: metodychna rozrobka*. [Forms and methods of knowledge control in the conditions of modern educational technologies: methodical development] Kryvyi Rih. 29 s.

9. Nur, M. An Effort to Improve Students' Activeness at Structure Class Using Slido App. *Journal of English Educators Society* (2019).

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

СТАНІСЛАВОВА Людмила Леонідівна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри слов'янської філології Хмельницького національного університету.

Наукові інтереси: інформаційні технології в освітньому просторі; стилістик і культура української мови.

ТЕРЕЩЕНКО Людмила Вікторівна – старший викладач кафедри слов'янської філології Хмельницького національного університету.

Наукові інтереси: лексикологія сучасної української мови; граматики сучасної української мови.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

STANISLAVOVA Lyudmila Leonidivna – candidate of philological sciences, associate professor of the department of Slavic philology of the Khmelnytskyi National University.

Scientific interests: information technologies in the educational space; stylistics and culture of the Ukrainian language.

TERESHENKO Lyudmila Viktorivna – is a senior lecturer at the Department of Slavic Philology at Khmelnytskyi National University.

Scientific interests: lexicology of the modern Ukrainian language; grammar of the modern Ukrainian language.

Стаття надійшла до редакції 26.10.2022 р.

УДК 37.01/.09

DOI: 10.36550/2415-7988-2022-1-206-279-289

КНИШ Інна Василівна –

доктор філософських наук, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін та іноземних мов

Національної академії управління

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1746-359X>

e-mail: knysh_sumy@ukr.net

РЕЛЕВАНТНІСТЬ ОСВІТИ :«КЛІПОВЕ МИСЛЕННЯ»

З'ясовано передумови виникнення кліповості: прискорення темпів життя, розробка, впровадження, поширення ІКТ, постійне зростання вимог щодо актуальності та швидкості надходження, використання, зберігання, засвоєння та утилізації інформації, урізноманітнення і збільшення багатомірності, віртуальності та доступу до інформації, багатозадачність, комерціалізація ЗМІ, активізація спілкування у соціальних мережах тощо. Зроблено аналіз визначень «кліп» і «блїп» та запропоновано їх вважати як синоніми.

Виявлено негативні (втрата бажання пізнавати нове; фрагментарність, невідповідність стилю мислення способові життя; непослідовність та неадекватність у прийнятті рішень; зниження рефлексії; піддатливість до маніпулювань і впливів; зниження здатності до аналізу і синтезу; антиінтелектуалізм і плагіат; масова неосвіченість молоді та феномен гордовитої захопленості власним нещастям; абсолютна переконаність у своїй правоті; «віртуальна наркоманія» й Internet-адикція; відсутність раціональних засад і чіткої логіки, поспішність у висновках, формування мозаїчності, роздробленості та фрагментарності сприйняття і вражень; порушення та заперечення будь-яких правил і норм; мовний мінімалізм тощо) та позитивні (розвиває креативні здібності; сприяє формуванню захисної реакції організму на переважання інформацією; є однією з форм взаємовідносин людини з інформацією; надає гносеологічній складовій діяльності людини динамізму та відкриває для неї нові перспективи; уможливує багатоплановість, багатоваріантність, багатомірність, багатозадачність тощо, зумовлює неоднозначність підходів, породжує інформаційно адаптовану особистість; поповнює мову новими словами та виразами; сприяє мобільності та комунікабельності, розширює свободу вибору, незалежність людини тощо) риси кліповості.

Зазначено, що захоплення ІКТ призводить до депресії, суїциду, порушення сну, а також кібербулінгу. Констатовано, що покоління iGen: почувають себе нещасливими, самотніми, не дорослішають, не ходять на побачення, мени сексуально активні, не водять автомобілів, не працюють тощо.

Проаналізовано «кліповий» тип свідомості та мислення у зіставленні з нормою, аномією і геніальністю. Наголошено, що для сучасного суспільства «кліповість» є нормою і проявом геніальності, тому що Учні (Студенти) та Вчителі (Викладачі) зацікавлені у постійних змінах, швидко реагують на вимоги ринку праці, а також розробку й упровадження інновацій, коли переважає інформація.

Ключові слова: «кліповість», освіта, ІКТ, блїп-культура», «кліпова» свідомість, «кліпове» мислення, «кліп», «блїп», зеппінг, норма, аномія, геніальність.

KNYSH Inna Vasylivna –

Doctor of Philosophical Sciences, Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines and Foreign Languages of the National Academy of Management

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1746-359X>

e-mail: knysh_sumy@ukr.net

RELEVANCE OF EDUCATION: “CLIP THINKING”

The prerequisites for the emergence of clipness are clarified: acceleration of the pace of life, development, implementation, spread of ICT, constant growth of requirements for the relevance and speed of receiving, use, storage, assimilation and disposal of information, diversification and increase of multidimensionality, virtuality and access to information, multitasking, commercialization of mass media, activation of communication in social networks, etc. An analysis of the definitions of “clip” and “blip” was conducted and it was proposed to consider them as synonyms.

The negative (loss of desire to learn new things; fragmentation, inconsistency of thinking style and way of life; inconsistency and inadequacy in decision-making; reduced reflection; susceptibility to manipulation and influences; reduced ability to analyze and synthesize; anti-intellectualism and plagiarism; mass ignorance of young people and the phenomenon of proud enthusiasm by one’s own ignorance; absolute conviction of one’s rightness; “virtual drug addiction” and Internet addiction; lack of rational principles and clear logic, haste in conclusions, formation of mosaicism, and fragmentation of perception and impressions; violation and denial of any rules and norms; language minimalism, etc.) and positive (develops creative abilities; contributes to the formation of the body’s protective reaction to information overload; is one of the forms of human-information relations; gives dynamism to the epistemological component of human activity and opens up new perspectives for it; enables multifaceted, multivariate, multidimensionality, multitasking, etc., causes an ambiguity of approaches, gives rise to an informationally adapted personality; replenishes the language with new words and expressions; promotes mobility and sociability, expands freedom of choice, independence of a person, etc.) features of clipness.

It is noted that ICT addiction leads to depression, suicide, sleep disorders, and cyberbullying. The iGen has been found to: feel unhappy, lonely, not growing up, not dating, less sexually active, not driving, not working, etc.

The “clip” type of consciousness and thinking is analyzed compared to the norm, anomie and genius. It is emphasized that for modern society, “clipness” is the norm and a manifestation of genius, because Learners (Students) and Teachers are interested in constant changes, quickly react to the demands of the labor market, as well as development and implementation of innovations when information prevails.

Key concepts: “clipness”, education, ICT, “blip culture”, “clip” consciousness, “clip” thinking, “clip”, “blip”, zapping, norm, anomie, genius.

Постановка та обґрунтування актуальності проблеми.

Тотальна інформатизація і поширення ІКТ спричинили радикальні зміни у ментальному плані особистості. На противагу носіям традиційного типу свідомості та мислення, з’явилися люди з проявами «кліповості», і вона, пронизуючи політику, економіку, освіту, побут тощо, поступово стає всепроникним феноменом сучасності, докорінно змінюючи саме існування людини та допомагаючи їй адаптуватися в інформаційному суспільстві. Змінюються звичні для людського існування інституції сім’ї, права, освіти, культури тощо, натомість на перший план виходять практики трансгресії, трансформації, трансфігурації, суїцидальні практики й експериментування над собою, агресія зі знищенням середовища існування тощо. Провідними стають інвестиції в людські можливості та формування на цій основі інтелектуального капіталу суспільства – якісно нового світового «інноваційного анклав», в якому провідну роль, на наше переконання, мають відігравати неонади. Закономірно актуалізується питання про те, якою має бути освіта для людей із «кліповим» мисленням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням розробки інноваційних методів навчання та їх упровадження в освітній процес присвячено праці: А. Алексюка, Б. Гершунського, І. Доброскок, А. Єршова, М. Жалдака, В. Ільїна, В. Коцура, В. Кременя, М. Лисенко, Ю. Машбиця, В. Монахова, С. Нікітчиної, С. Пейперта, С. Пролєєва, Т. Резнік, І. Роберт, П. Сауха та ін.

Мета статті полягає у висвітленні феномену «кліповості» як релевантності сучасної освіти.

Необхідність досягнення зазначеної мети зумовила постановку і розв’язання таких **дослідницьких завдань** :

– розглянути етимологію понять : «блїп-культура», «кліпова» свідомість, «кліпове» мислення;

– запропонувати вживати поняття «клїп» та «блїп» як синоніми;

– проаналізувати характерні ознаки «клїпового» мислення і свідомості у зіставленні з геніальністю, а також нормою, аномією і девіацією;

– довести, що «клїпове» мислення є нормою й релевантністю сучасної освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розгортаюче свої потенційні можливості інформаційне суспільство корегує

старі і вносять істотні нові зміни у взаємини людини, ЗМІ та ІКТ. Вони, являючись одним із засобів масової комунікації переносять у масову свідомість визначені фрагменти явищ, фактів, подій, точок зору тощо. При цьому, у людини починає формуватися адаптивний спосіб обігу з інформаційним та комунікаційним простором – «кліпове мислення». Створюючи «другу реальність», медіасередовище, використовувачи засоби масових комунікацій зв'язують людину з оточуючим світом інформують, розважають, пропагують ті чи інші морально-етичні цінності, здійснюють ідеологічний, економічний або організаційний вплив на оцінки, думки і поведінку людей. Словом, впливає на соціалізацію особистості. Таким чином, здійснюється величезний вплив на формування «кліпової» форми мислення як у середовищі молоді, так і у середовищі більш старшого покоління.

Досліджуючи феномен «кліповості», науковці апелюють до:

✓ **«бліп-культури»** (від англ. *blip* – викид сигналу; англ. *blip culture* – відображена / відбита (екранна, мерехтлива) культура) як принципово нового явища. Ідеться про переважний характер сприйняття інформації, невід'ємну рису загальної культури майбутнього («третьої хвили») людства, що ґрунтується на нескінченному надходженні великих інформаційних потоків («бліпів» інформації) та є сприятливим і комфортним для людей з новим типом свідомості та мислення, стилем життя, новими образами, уявленнями, культурою, ідентифікацією тощо. «Бліп-культура» є складником принципово нової інформаційної культури та **зеппінгу** (від англ. *zapping, channel zapping* – перемикання каналів *Ното Zapiens'ами*, за допомогою дистанційного пульта) (Наталія Азаренок, Ірина Березовська, Софія Докука, Тетяна Семеновських);

✓ **«кліпової» свідомості**, яка полягає у відмові від традиційного мислення і виходячи з того, що ми виховали в собі розуміння картин. Інформаційний удар спричиняє стан своєрідної контузії (від лат. *contusio* – забій), або **снарядного шоку** мозку, і є своєрідним «інформаційним потрясінням», що пронизує своїм «інтенційним імпульсом» підсвідомість поза раціональним, послідовним та логічним осмисленням. Водночас величезні інформаційні масиви розколюються, фрагментуються, перегруповуються; на глибокий логічний аналіз бракує часу і зусиль; сприймається те, що лежить на поверхні, те, що не потребує навіть мінімальних інтелектуальних зусиль для осмислення й усвідомлення (рефлексії), – образ, символ, заголовок тощо;

✓ **«кліпового» мислення.**

Для більш повного розкриття теми дослідження вважаємо за потрібне подати визначення понять «кліп» і «бліп». **Кліпом** (від англ. *clip* – затискач, скріпка; стрижка вовни; швидкість руху; вирізка з газети; уривок із фільму; випадок, раз; скорочене слово; зрізати, скорочувати; ковтати, пропускати літери або слова; стрімко бігти) називають перш за все відеоряд, покладений на музику, що містить певну послідовність кадрів, часто непов'язаних між собою, розділених у часовому і просторовому вимірах, які формують фрагментарний розріджений образ. **Бліп-інформація** (від англ. *blip* – відображене / відбите зображення або викид сигналу, поява сигналу на екрані; йти на контакт, виключати частину звуку з відеозапису) – це «короткі, модульні образи інформації – реклами, команди, теорії, уривки новин, урізані шматки й краплі, які годі втиснути в наші розумові каталоги, що вже давно існують. Нова образність чинить опір класифікації, почасти через те, що вона часто випадає з наших давніх умоглядних категорій, але й через те, що вона надходить в упаковках, які дуже химерно сформовані, швидкоплинні й роз'єднані. Атаковані тим, що вони сприймають як божевілля відображеної від екрана культури, люди Другої Хвили (з традиційним типом мислення. – І. К.) відчують у собі притлумлений гнів на засоби комунікації» [10, с. 150]. Отже, бліп-інформація є сприятливою і комфортною формою комунікації для людей із «кліповістю».

Наведені визначення «кліпа» і «бліпа» засвідчують, що ці поняття пов'язані з різними джерелами отримання інформації: «бліп» – з екранів, а «кліп» – з різноманітних джерел, тому поняття «бліп» значно вужче, ніж «кліп». Ураховуючи те, що вони відображають одне і те саме явище – «кліповість», ми вважаємо за доречне вживати їх як синоніми.

Розглянемо деякі передумови, які породили феномен «кліповості»: – прискорення темпів життя, розробка, впровадження, поширення ІКТ і, як наслідок, стрімке збільшення інформаційних потоків та породжені цими явищами проблеми концентрації уваги, відбору, скорочення, зберігання й утилізації інформації, відокремлення головного від «інформаційного шуму»; – постійне зростання вимог щодо актуальності та швидкості надходження, використання, зберігання, засвоєння та утилізації інформації; – урізноманітнення і збільшення багатовимірності, а також віртуальності та реальності доступу до інформації; – збільшення кількості справ, проектів тощо (на тлі зменшення часу, розширення просторових можливостей тощо); – багатозадачність, з якою стикається сучасна

людина, руйнує засади цілісності сприйняття цих задач і зумовлює неадекватність їх розуміння та виконання; – комерціалізація ЗМІ, що збирають, фільтрують, концентрують, координують, продукують, передають, візуалізують і зберігають інформацію; – активізація спілкування у соціальних мережах.

У сучасній культурі сприйняття «кліповості» є неоднозначним. Про це свідчить розбіжність думок сучасних дослідників щодо цього феномену. Одні вважають «кліповість» головним надбанням людства [1], інші наголошують лише на її негативних проявах і наслідках. До міркувань останніх ми ставимося скептично, адже зазначені аспекти однаково обтяжують і людей із традиційним типом мислення. Ідеться про:

– втрату бажання пізнавати нове; особа не може довго концентрувати увагу на інформації; погіршується здатність до її аналізу, втрачається потреба у творчості та зменшується здатність до неї внаслідок постійного використання вторинної інформації (на рівнях обробки і комбінування). Люди з «кліповістю» віддають перевагу розвитку не творчих здібностей, а креативних;

– фрагментарність у бажаннях і вчинках, невідповідність стилю мислення способів життя, непослідовність та неадекватність у прийнятті рішень щодо розв'язання проблем, навіть суто життєвих, послаблення відповідальності за їх наслідки, зниження рефлексії, піддатливості до маніпулювань і впливів;

– оперування змістами тільки фіксованої довжини, невміння працювати із семіотичними структурами довільної складності та зосереджуватися на будь-якій інформації впродовж тривалого часу; зниження здатності до аналізу і синтезу;

– антиінтелектуалізм і плагіат, масова неосвіченість молоді та феномен гордовитої захопленості власним неучтвом, абсолютна переконаність у своїй правоті. Люди, які персоніфікують антиінтелектуалізм, адекватно не усвідомлюють дану проблему; диспропорція між формальним і реальним рівнем знань, стрімке зниження коефіцієнта засвоєння знань і фактичної успішності навчання призводить до фальсифікації оцінювання;

– «віртуальну наркоманію» й Internet-адикцію (патологічний, гіпертрофований потяг до пошуку інформації, інших видів діяльності та спілкування у віртуальному середовищі), що від них останнім часом страждають і седентарії, набуваючи ознак «кліповості»;

– повну відсутність раціональних засад і чіткої логіки, поспішність у висновках, формування мозаїчності, роздробленості та фрагментарності сприйняття і вражень, порушення та заперечення будь-яких правил і

норм;

– мовний мінімалізм – «живе» спілкування між людьми зведене до мінімуму, вони не здатні міркувати, розмовляти, дружити внаслідок емоційної збідності; втрачають здатність співпереживати, творити, розвиватися, мудро визначати мету життя і досягати її; у них загострюється відчуття самотності та невдоволеності, що призводить до депресії, нервово-психічних розладів і суїцидів.

Одночасно вся абсурдність мислення доповнюється або заміняється логікою «кліпового» мислення, що спричиняє **синдром розладу уваги (дефіциту уваги)** [1]. Проте у «кліповості» ми вбачаємо й позитивні риси, а саме:

– вона сприяє формуванню захисної реакції організму людини на перевантаження інформацією (за Елвіном Тоффлером [10, с. 149–151]);

– «кліповість» є однією з форм взаємовідносин людини з інформацією, яку необхідно обговорювати, досліджувати та розвивати;

– разом зі своєрідним способом роботи з інформацією (багатовимірність і багатозадачність) «кліповість» надає гносеологічній складовій діяльності людини динамізму та відкриває для неї нові перспективи;

– «кліповість» і біхевіоризм уможливають багатоплановість, багатоваріантність, багатовимірність, багатозадачність тощо, зумовлюють неоднозначність підходів, а також прискорення аналізу та розв'язання практичних питань і завдань;

– «кліповість» сприяє адаптації до плинної соціальної реальності, а також створює передумови для її пізнання, усвідомлення, пояснення, використання тощо, тобто породжує інформаційно адаптовану особистість, змушену постійно створювати, формувати та переформовувати ментальну дійсність (за Елвіном Тоффлером [10, с. 149–151]);

– поповнює мову новими словами та виразами (новояз, двозначність [9], ноолексикон [8, с. 11], новомова [3]);

– сприяє мобільності та комунікабельності, розширенню свободи вибору, незалежності людини.

Таким чином, можна стверджувати, що «кліповість» є амбівалентною, природньою зміною мислення людини.

Вперше поняття «кліпова свідомість» ужив Федір Гіренко, але і досі, не дивлячись на його дискусивність, класичної дефініції «кліпової свідомості» і досі у сучасній науці не існує. Тому що усі спроби надати більш-менш

конкретне потрактування та опис мають до кінця не усвідомлений, незакінчений та фрагментарний характер.

Термін «кліпова свідомість» використовують для позначення особливостей мислення людини, яка виросла в епоху розвинутих технологій, в ситуації «інформаційного надлишку». Воно відрізняється високою швидкістю сприйняття образів, позбавлене акцентуації на деталях; для нього характерні візуальність іманентність, емоційність, асоціативність.

Таким чином «кліпова свідомість» поступово стає в усе проникаючим феноменом сучасності від побуту, політики, економіки та освіти.

На нашу думку, «кліповість» як спосіб сприйняття дійсності, існувала завжди. Малюнки на стінах печер, зарубки на знаряддях праці тощо можна потрактовувати як спробу первісної людини *висловити, зберегти та передати* наступним поколінням здобуту (і важливу, на її думку) *інформацію* на надійному та зручному (на їх погляд) носії. З появою символів, ієрогліфів, знаків, та інших замінюючих їх образів на письмі, виникла **писемність**. У XV ст. – **книгодрукарство**. Але поділяти мислення на «частини», «шматки», «кліп» стали **ЗМІ** (засоби масової інформації) у XVIII ст., з появою перших **газет**, які містили набір повідомлень – коротких, не пов'язаних між собою текстів. Марк Твен, свого часу, зазначав, що «якщо людина не читає газет – вона не поінформована, якщо читає – дезінформована».

Потім, паралельно з розвитком **телеграфів і абрєвіатури** у сфері високих мистецтв модернізм став експериментувати з розкладанням сенсу на непов'язані фрагменти, футуристичний живопис нарізав світ на кубики і промені, літератори-модерністи ламали правильність лінійного повествовання.

Подальший розвиток «кліповості» на початку XX ст. пов'язаний з винайденням **кінематографа** (від грец. *κινεμα*, род. в. грец. *κινεματος* – рух та грец. *γραφο* – писати, зображати) на базі створених у 1880-х роках зоотропа (від дав.-гр. *ζωή* – життя, *τροπή* – обертання) та праксіноскопа (від грец. *πρᾶξις* – дія та *σκοπέω* – дивлюся) (механізмів для виробництва штучно створених двомірних зображень у русі) і змістовна кліповість стала накладатися на візуалізацію. При цьому головною формою організації телевізійного простору є **кліп**. Саме кліпи здійснюють домінуючий вплив на суб'єкта. Своім поширенням та розквітом музичний відеокліп завдячує підвищеному рівню відеотехнологій, інноваційним концепціям телетрансляції і великими фінансовими можливостями. Перші кліпи з'явилися у кінці 70-х років XX століття.

Будова музичного відеокліпа підкорена чітко визначеній структурі: відеоряд у кліпі існує тільки у нерозривному поєднанні зі звуком, в процесі створення музичного відеокліпу мають універсальні механізми переводу пісенних складових у візуальний ряд; зміст пісні як би суммується, стискається в один комплекс значень. Як показують результати досліджень, пріоритетність сучасної молоді розподіляється так: музичні шоу-програми і відеокліпи – 21,14 %; художні фільми – 16,63 %; серіали – 12,52 %; політичні та економічні програми – 2,54 %; мистецькознавчі – 1,57 %; релігійні – 0,59 % передачі.

Пріоритетне перше місце посідають музичні шоу-програми і відеокліпи які створюють певний тип культури. З цього приводу у науковому дискурсі вживається термін «**кліпова культура**». Виникає невідповідність стосовно питання про авторство уведення цього поняття у науковий дискурс. Деякі науковці приписують це авторство Елвіну Тоффлеру, званому американському футурологу, філософу, соціологу і культурологу. Але ми не в повній мірі поділяємо ці думки, тому що він, вводить поняття не «кліпова культура», а саме «**бліп-культура**» (від англ. *blip* – викид сигналу; англ. *blip culture* – відображена [екранна мерехтлива] культура) як принципово нове явище, як домінуючий та невід'ємний стиль сприйняття інформації, загальної культури майбутнього («третьої хвилі») людства, заснованої на нескінченному надходженні великих обсягів інформаційних потоків («бліпів» інформації: короткими повідомленнями, оголошеннями, командами, заголовками новин, уривками з пісні або вірша, колажами та т. д., які не узгоджуються зі схемами і не підлягають класифікації) та є сприятливою і комфортною формою для людей з новим стилем мислення, свідомості, образами, уявленнями, стилем життя, культурою, ідентифікацією тощо.

У праці «Третя хвиля» він так визначає такий тип культури: «На особистому рівні ми повністю оточені й бомбардовані фрагментами образності, несумісними або взаємопов'язаними, які розхитують наші колишні уявлення й стріляють у нас розірваними або несистематизованими «екранними зображеннями». Ми живемо фактично у «відображеній від екрана» культурі» [10, с. 150].

Виділяючи чинники, що спровокували виникнення бліп-культури, Елвін Тоффлер наголошує: «Замість довгої, зв'язної «низки» ідей, організованих або синтезованих для нас, нам усе частіше пропонують короткі, модульні образи інформації – реклами, команди, теорії, уривки новин, урізані шматки й краплі, які годі втиснути в наші розумові каталоги, що вже

давно існують. Нова образність чинить опір класифікації, почасти через те, що вона часто випадає з наших давніх умоглядних категорій, але й через те, що вона надходить в упаковках, які дуже химерно сформовані, швидкоплинні й роз'єднанні. Атаковані тим, що вони сприймають як божевілля відображеної від екрана культури, люди Другої Хвилі відчувають у собі притлумлений гнів на засоби комунікації. Люди Третьої Хвилі, навпаки, почуваються спокійніше під цим бомбардуванням образами, коли дев'яносто дві секунди кліпів новин уриваються тридцятьма секундами реклами, фрагментами пісень і лірики, заголовком, карикатурою, колажем, інформаційним бюлетенем, комп'ютерним роздруком. Ненаситні читачі легкодоступних книг у м'якій палітурці та журналів спеціального інтересу давляться, ковтаючи величезну кількість коротких фрагментів інформації. Але вони також тримають око й на тих нових поняттях або метафорах, які підсумовують або організують екранні зображення в більше ціле. Радше, ніж намагатися втиснути нові модулі даних у стандартні категорії або рамки Другої Хвилі, вони навчаються робити й формувати свої власні «ланцюги» із матеріалу, яким стріляють у них нові засоби комунікації» [10, с. 150-151].

Таким чином, ми бачимо, що люди Другої та Третьої хвилі знаходяться на різних рівнях організації мислення. При аргументованому мисленні, притаманного для людей Другої хвилі, міркування відбувається завдяки образам, усвідомленими та понятійним формами, а при кліповій свідомості, характерного для людей Третьої хвилі, які апелюють не аргументованими «ситуаційними» поняттями. Уся різниця в швидкості сприйняття інформаційних потоків, вміння їх упорядковувати, засвоювати, маніпулювати, використовувати та робити висновки. Враховуючи фрагментарність подачі інформації і враховуючи швидкість її переробки, мозок людини Третьої хвилі не взмозі належним чином усвідомити її та осягнути зв'язки між квантами інформації. Внаслідок чого виникає фундаментальна помилка осмислення – вважати події пов'язаними (за тимчасовою близькістю), а не за фактологічною. Таке мислення у людей Третьої хвилі не зосереджується на деталях, що сприяє занадто швидкому сприйняттю образів, дозволяє бачити та сприймати лише те, що знаходиться на поверхні, не вдаючись у деталі та глибину процесів та явищ. Не встигаючи осягнути та усвідомити усю інформацію у сукупності та взаємозв'язаною, як наслідок, вона починає втрачати жвавість уяви, сприйняття, гнучкість і логічність думки.

Але, як ми бачимо з наведених вище

потрактують «кліпової культури» та «бліп-культури» вони означають одне й те саме явище, тому ми вважаємо за доцільне вважати їх синонімами. При цьому вони формують такі унікальні форми сприйняття, як «зеппінг», коли шляхом безупинного переключення каналів телебачення створюється новий образ, який складається з шматків інформації і уламків вражень. Цей образ не потребує залучення уяви, рефлексії, осмислення. Постійно відбувається «перезавантаження», «оновлення» інформації, коли усе побачене до цього раніше без часового розриву втрачає своє значення, втрачає увагу, застаріває і відкидається.

Таким чином, кліп проник і у **художні фільми**, які займають друге місце телевізійного простору. Художні фільми Маршал Маклюєн відносять до «гарячих» ЗМІ, тобто до таких, які повністю оволодівають глядацьким сприйняттям і заставляють їх **ідентифікувати себе з героями на телеекрані**. Телевізійне зображення передає глядачу біля трьох мільйонів точок за секунду, з якої він сприймає лише декілька десятків, і саме з них формує зображення у своїй уяві. Але при цьому глядачеві не потрібно настільки сильно зменшувати кількість сприйманих предметів, щоб отримати картинку, він **сприймає зображення цілком**, як окремо упакований продукт. І навпаки, **телеглядач бачить мозаїку, і володіючи технічною можливістю управління нею, несвідомо перегруповує точки в абстрактну картину**. Що стосується третього виміру сприйняття картини, то він не характерний для телебачення та мозаїки, але може бути створений декораціями в студії, однак так чи інакше **телевізійне зображення залишиться пласкою, двомірною мозаїкою**. Телевізійному зображенню притаманні такі характеристики: низька інтенсивність і розрешення. Саме **інтенсивність**, на відміну від кінофільму, не дозволяє передавати детальну інформацію про предмети. Ця різниця схожа на відмінності між старовинними манускриптами і друкованою книгою: винахід друку привніс інтенсивність і уніформну точність сторінці тексту, на якій раніше спостерігалася розмита картинка, а друкарська справа – смак до точних вимірювань і повторюваності. Через низьку **розподільчу здатність**, телебачення досягає **високого показника участі глядача**, і тому найбільш ефективними програмами є ті, які представляють ситуації, що складаються з незавершених процесів. Книга за своєю суттю не пристосована до такого способу презентації матеріалу, який вимагає повного залучення читача. Така ж характерна риса процесу «додай сам» і залучення глядача телевізійним зображенням в процес отримання інформації

розширює межі акторського мистецтва.

У середині 1990-х років кінематограф поринув у світ великого впливу «кліпової» естетики: активне і різноманітне використання руху, позиції та ракурсу камери; більш вільним стало використання оптики, розширилася кольорова палітра; удосконалися прийоми монтажу (скорочення кадра (до 2-3 сек.) тощо. Усі ці інновації спрямовані на новий тип глядача, який має особливий тип зорового сприйняття інформації. І цим новим глядачем є сучасна молодь, яка досить легко уловлює занадто швидко зміну кадрів, вибудовуючи логічні ланцюжки подій. Але швидкий монтаж тримає їх мислення у постійному напруженні і вимагає концентрування уваги, тому що виникає необхідність встигнути углядіти усі складові частини мозаїки.

Вважаємо за потрібне, для більш чіткого та повного розкриття змісту «кліповості» розглянути ще одне інформаційне джерело – **Internet** та пов'язану з ним *Internet-залежність* (або *Internet-addikcio* – термін уперше був уведений у науковий обіг у 1996 році лікарем Айвеном Голдбергом [11; 12; 13] – для опису патологічного, невгамованого потягу до використання Internet-у). Головними симптомами є: почуття ейфорії, автаркії (від давньо-грец. αὐτάρκεια – самозабезпеченість; самодостатність), зацікавленості, задоволеності, комфорту під час перебування у мережі, неможливість виходу з неї а також виникнення почуття незадоволеності, втрати, апатії при виході з неї; постійне бажання перевірити свій e-mail, оновити свою сторінку у соціальних мережах, сайтах знайомств; очікування чергового сеансу виходу у мережу Internet-у, значному зменшенні комунікативності з оточуючими людьми при підвищеній комунікаційній активності з незнайомими людьми у мережі; втрата почуття часу та простору; витрати багато коштів, які намагаються приховати від сім'ї; на фізіологічному рівні відчуються: дискомфорт в очах, суглобах, порушення сну та режиму харчування; а психологічному: агресія, тривога, смуток, неврівноваженість, нестриманість тощо. При цьому спостерігається статистично значуща вікова взаємозалежність респондентів: чим молодший вік користувача, тим більша у нього залежність.

Більшу частину віртуального часу людина використовує на «всезагальний текст», який відтворюється завдяки безсвідомому тиражуванню, копіпасті (копіпаст, копіпейст, копіпід – від англ. *copy* – копіювати; *paste* – вкляувати, вставляти; дієсл. – *kopinacstumu*), прону (від англ. *pron*, *pron* – порнографія) – інформація, яку скопіювали та перепостили у іншому місці) та компіляції чужих текстів райтерами, рерайтерами та користувачами

Internet-у і приводять до втрати авторства та «вимиванню» з них ідей (за рахунок багаточисельних ре-інтерпретувань і змін контекстів). Культура мережевого щоденника, насиченого індивідуальними образами і змістом тексту, яка була розповсюдженою 10 років тому змінилася на найбільш розповсюджений спосіб самовизначення людини у соціальних мережах стає не створення власних текстів, а «лайк-репостів» (від англ. *like* – подобається, від англ. *repost* – перевидання) – дії користувачів соціальних мереж, спрямовані на копіювання та розміщення на своїй сторінці фотокарток, текстів, добірок, анекдотів, афоризмів, жартів тощо. Вони не припускають усвідомлення часу та обмірковування, ні текстового виразу.

Головними мотивами використання Internet-у є: діловий; гносеологічний; комунікаційний; самоствердження; самореалізації, самовираження, сексуальний, ігровий тощо. Завдяки Internet-комунікаціям люди намагаються компенсувати свої потреби у спілкуванні, захищеності, свободі тощо.

Картина «кліповості» стане цілісною та завершеною, на нашу думку, при розгляді впливу **мобільних телефонів** на свідомість та мислення людини. Спілкування кліперів (від англ. *clipper* або нід. *klipper*) у вигляді **текстових і мультимедійних повідомлень (SMS, MMS, ICQ)**. Таке активне використання повідомлень не потребує ніяких емоційних витрат (на протигагу спілкуванню вживую і у реальному часі). Але, при цьому виокремлюється і позитивний аспект, як «динамізм» пізнавальної діяльності, «короткість – сестру талановитості», яка може провокувати до роздумів. Лев Толстой з цього приводу зазначав: «Короткі думки тим гарні, що вони змушують серйозного читача самого міркувати».

Небезпека полягає у тому, що людина не усвідомлює своєї залежності від цих ІКТ, втрачає здатність у живому спілкуванні, йому дискомфортно, швидко замикається у собі, перестає спілкуватися, замикається тощо.

Психолог Джин Твенге у книзі «iGen: Чому сучасні підлітки з «суперпідключенням» ростуть менш бунтарськими, більш толерантними, менш щасливими і зовсім не підготовленими до дорослого життя, і яке це має значення для усіх нас» [14], зробила спробу з'ясувати як **смартфони** впливають на суспільство і чи можна виміряти цей вплив в межах одного покоління. Свої висновки вона зробила на прикладі досліджень, проведених у 2012 році, коли у покоління, народженого між 1995 та 2012 роками почали зникати характерні особливості міленіалів, на яких вплив Internet-у був незначний. Цікаво, що саме у цьому році у більш ніж 50 % населення США з'явилися

смартфони (iPhone). Психолог назвала це покоління **iGen**.

Як з'ясувала психолог Джин Твенге на основі досліджень, проведених Національним інститутом з наркотичної залежності під назвою: *Monitoring the Future* (починаючи з 1975 року), смартфони повністю змінили життя підлітків: з початку 2011 року в разі зросли показники **депресії** (постійне використання смартфона збільшує його на 27 % для хлопчиків і 50 % для дівчаток) та **суїциду** (підлітки, які проводять за смартфоном більше трьох годин на день на 35 % більше схильні до ризику скоїти суїцид. Рівень самогубств серед хлопців вищий, ніж у дівчат, але у період з 2007 по 2015 роки кількість самогубств серед дівчат збільшилася в три рази, серед хлопців – в два. Це пов'язано з тим, що дівчата частіше стають **жертвами кібербулінгу** (цькування в соцмережах). Якщо хлопці більше заціпають одне одного фізично, то дівчата намагаються зруйнувати соціальний статус своєї жертви або зіпсувати її відносини з однолітками). Так як вони менше часу проводять разом, то менше стали схилі до вбивств один одного, тому у 2011 році вперше за останні 24 роки рівень підліткових самогубств став вищим, чим вбивств. За даними опитування *Monitoring the Future*, восьмикласники, що проводять в мережі більше десяти годин на тиждень, **почувають себе нещасними**. Восьмикласники, які проводили в інтернеті десять годин на тиждень, на 56 % нещасніші, ніж ті, хто цього не робив. І навпаки: ті, хто проводив в середньому більше часу, особисто зустрічаючись з друзями, на 20 % щасливіше, ніж ті, хто цього не робив. У дослідженні студентів, на сторінках в Facebook, про самопочуття, настрої і те, скільки часу вони проводять в соціальній мережі, була встановлена залежність між часом перебування у Facebook та **відчуттям самотності**. За період з 2010 по 2015 рр. кількість дівчаток, які почувають себе покинутими, підвищилося на 48 %, а для хлопчиків – на 27 %. Дівчатка більше використовують соціальні мережі, і відчують себе більш самотніми, коли бачать своїх друзів і однокласників, які збираються разом без них. Коли дівчинка щось постить на своєму акаунті в соцмережі, вона більше чекає лайків і позитивних коментарів. Смартфони впливають і на **сон** підлітків. Вони сплять у середньому менше семи годин, при нормі – дев'ять годин. У тих, хто спить менше семи годин, розвивається **депривація сну**. З 1991 року рівень недосипання серед дітей підвищився на 57 %, а лише за 2012-2015 роки кількість дітей, які сплять менше семи годин підвищився на 22 %. Недосипання пов'язують з проблемами здоров'я, таких, як: зниження когнітивних здібностей та опірності хворобам,

гіпертонія, розлади психіки (схильність до депресій і тривожності) тощо [2].

Таким чином, на основі проведених досліджень *Джин М. Твенге прийшла до висновків:*

вони не дорослішають. Прагнення до незалежності у підлітків було всеохоплюючим, однак, випускники (з 2015 року) менше стали залишати батьківські домівки, чим восьмикласники у 2009 році;

вони не ходять на побачення. Показники тих, хто ходять на побачення для покоління бебі-бумерів та покоління X склали 85 %, а починаючи з 2015 року становлять – 56 %;

вони менш сексуально активні. У США спостерігається різкий спад сексуальної активності у дев'ятикласників, їх кількість скоротилася на 40 % з 1991 року. У середньому перший секс у підлітків відбувався у 11 класі, на рік пізніше, чим у покоління X, що призвело до зниження показників підліткової вагітності: у 2016 році вони скоротилися на 67 % у порівнянні з 1991 роком;

вони не водять автомобілів. Вміння керувати автомобілем раніше було показником та символом дорослішання американських підлітків. Майже усі бебі-бумери мали права до закінчення школи, то зараз лише один з чотирьох підлітків їх має, тому що наполягають на тому, щоб батьки їх возили;

вони не працюють. Покоління бебі-бумерів та покоління X намагалися бути фінансово незалежними від батьків, тому намагалися самі заробляти свої кишенькові гроші. Але **покоління iGen менш схильні до прагнення заробляння грошей та управління своїм бюджетом**. Про це свідчать показники: у 1970-ті роки 77 % учнів підробляли, у середині 2010-х – 55 %, то кількість працюючих восьмикласників скоротилася майже удвічі [14].

Таким чином, можна з впевненістю констатувати, що саме ЗМІ а не Internet, виробили універсальний формат надання інформації – послідовність актуальних кліпів, контекстом для якого слугує об'єктивна дійсність. Саме занурення у цю дійсність, призводить до того, що людина набуває здатності вільно сприймати і інтерпретувати кліп. Але внаслідок фрагментарності надання інформації і поясненню пов'язаних подій та явищ з часом, мозок не може усвідомлювати і осягати зв'язки між подіями, і, як наслідок, кліп перетворюється на «інформаційний шум». Однак, людина при цьому втішає себе ілюзією того, що має уявлення про процеси, які відбуваються у світі, тоді як у дійсності він має у своїй свідомості набір розрізнених фактів, які практично неможливо пояснити у загальному перебігу подій і пов'язати між собою. Таким чином, ЗМІ змушують мозок здійснювати

фундаментальну помилку осмислення – вважати події пов'язаними, якщо вони мають часову близькість, а не фактологічну.

Проте останнім часом відзначаються і протилежні тенденції – відмова від віртуальності та повернення до реальності (як у кінострічці «Матриця» або у практиках лікування від «віртуальної наркоманії» й Internet-адикції). За «кліповості», як уже зазначалося, когнітивні розлади з'являються внаслідок захисної реакції на інформаційне перевантаження [8, с. 11].

Люди із «кліповістю» швидше та неухильніше адаптуються, самовдосконалюються і самореалізуються в інформаційному суспільстві, ніж особи, що їм притаманний традиційний тип свідомості та мислення. Щодо когнітивних розладів, то ми дотримуємося думки, що у найближчому майбутньому з розвитком NBIC-технологій це питання буде розв'язано. Тому доцільно ототожнювати «кліповість» із проявами геніальності. У перенасиченому інформацією середовищі люди з «кліповістю» набувають ще однієї властивості – багатовимірності. Споживаючи великі обсяги інформації (в різних вимірах), «кліпова людина» (Slipman) розв'язує кілька проблем одночасно, і це стає нормою її життя. Тут виникає проблема швидкого перемикавання уваги у пошуках інформації з відкиданням «інформаційного шуму», а також здатність швидко її аналізувати та приймати рішення. З'являються і побічні ефекти: гіперактивність, брак уваги, підвищена стомлюваність, надання переваги візуальним символам, логіці та заглибленню у текст. Так складається ситуація, коли «Учні (Студенти) вміють набагато більше, ніж Учителі (Викладачі)». Ми переконані, що проблема полягає ще й у тому, що Учителі (Викладачі), в яких не сформоване «кліпове» мислення або які неадекватно розуміють це явище, розглядають «кліповість» як аномію. Хибні дії Учителів (Викладачів) (боротьба, безпідставні звинувачення, переучування тощо) спричиняють лише супротив і відповідну реакцію Учні (Студентів) – девіантну поведінку. Вони не дорослішають, не ходять на побачення, менш сексуально активні; не керують автівками (не вважаючи самообслуговування вартим уваги. – І. К.); не працюють і менш схильні до заробляння грошей та управління своїм бюджетом [14]. Потребуючи певного життєвого мінімуму та використовуючи його, така молодь змінює пріоритетність своїх ціннісних спрямувань і постійно перебуває в пошуку комунікаційних зв'язків у віртуальному середовищі, а також виявляє здатність до багатозадачності у багатовимірності (що притаманно, наприклад, кінікам та екзистенціалістам). Усі зазначені

чинники ми маємо визнавати й ураховувати, розглядаючи «кліпове» мислення не як прояв аномії та девіантної поведінки, а як норму сучасного інформаційного суспільства і певну умову освіти. Тому Учителям (Викладачам) необхідно відмовитися від звинувачень Учні (Студентів) у «кліповості» та спроб переучувати їх, сприймаючи «кліповість» об'єктивно.

Потрібно з'ясувати, які саме знання знадобляться майбутньому фахівцеві, враховуючи, що відбувається надшвидка і надкількісна їх зміна (а от якості підлягає великим сумнівам – надто багато «інформаційного шуму»). До прикладу, в медицині базовими та необхідними були і мають бути знання з анатомії та фізіології людини. Але розвиток нано-, піко-, і фемтосвіту [8, с. 7], а також NBICS-технологій, доводять (на думку різних дослідників) удосконалення [7] / деградацію [4] / смерть людини як природної істоти, тобто відбувається постійне оновлення інформації. Вочевидь, важливі знання як такі, а також інформація й уміння її постійно знаходити, оновлювати, адекватно розуміти, усвідомлювати та застосовувати на практиці. Тому Учителі (Викладачі) повинні мати, переосмислювати, усвідомлювати й ураховувати в освітньому процесі два різновиди знань: базові та інноваційні [5].

Висновки та перспективи подальших розвідок напряму. Визначивши передумови та прояви «кліповості», ми дійшли висновку, що вона є невід'ємним атрибутом і певним станом сучасного мислення, а тому в інформаційному суспільстві неприпустимо нею нехтувати або, навпаки, боротися з нею. «Кліповість» можна розглядати як норму і прояв норми та геніальності, яка допомагає їм вижити в інформаційному суспільстві, а не як аномію. Учителям (Викладачам) необхідно враховувати сутнісні особливості «кліповості» в освітньому процесі, впроваджуючи нові методи, методики, техніки та змішане навчання. Також їм необхідно враховувати індивідуально-психологічні особливості Учні (Студентів), які, з одного боку, легше адаптуються до змін у багатовимірності, засвоюючи базові знання, спілкуючись із однолітками, легше і швидше розв'язуючи кілька завдань одночасно (багатозадачність), з іншого – стимулюють до розвитку і навчання впродовж усього життя (Lifelong Learning), з постійним оновленням ресурсів, батьків [6, с. 57-58].

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Бахтіна Г. П. Інформатизація суспільства та проблема «кліпового мислення». URL :<http://kpi.ua/1102-7> (Загол. з екрану).

2. Годя М. Покоління iGen: як смартфони змінили цілу генерацію. URL : https://24tv.ua/pokolinnya_igen_yak_smartfoni_zminili_tsilu_generatsiyu_n950633

3. Громовий В. Маразм № 7. Шкільна новомова. URL : <http://education-ua.org/ua/blogs/tema-1/785-likvidovuemо-marazmi-v-shkilnij-osviti-marazm-7-shkilna-novomova>

4. Карпенко Т. М. Людство як суб'єкт і як об'єкт NBICS-конвергенції. *Філософія науки: традиції та інновації*. № 1 (7). С. 278–288. 2013.

5. Книш І. В. «Кліпове» мислення учнів (студентів) як норма і умова сучасної освіти. *Світгляд-Філософія-Релігія*. № 13. Суми: СумДУ, 2018. С. 89-100.

6. Книш І. В. «Кліпове мислення» як релевантність сучасної освіти. *Концептуальні, методологічні та практичні проблеми соціальної філософії, філософії освіти та освітньої політики : Збірник матер. III міжнар. наук.-поп. конф. (24 квітня 2019 р.)*. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2019. С. 54–57. URL : <http://enpui.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32126/Knysh.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

7. Лук'янець В. С. NBICS-технологічна цивілізація: обрії майбутнього. *Науковий вісник НУБІП України*. Серія: Гуманітарні студії. № 203. 2014. С. 74–80.

8. Модернізація змісту вищої природничої і технічної освіти в умовах переходу до нанотехнологій : монографія / К. Корсак, Ю. Корсак, З. Тарутіна, А. Похресник, Г. Козлакова, А. Гуржій та ін. Київ: Педагогічна думка. 2012. 160 с.

9. Оруэлл Д. «1984» и эссе разных лет : роман и художественная публицистика. URL : http://imwerden.de/pdf/orwell_1984_i_esse_raznykh_let_1989_text.pdf

10. Тоффлер Е. Третья волна / пер. з англ. А. Євса. Київ : Вид. дім «Всесвіт», 2000. 480 с.

11. Goldberg I. Internet addiction. *New Yorker Magazine*, 1997. January 13. P. 28. URL : <https://www.newyorker.com/magazine/1997/01/13/just-click-no>

12. Simon R. I., Hales R. E. Study Guide to Forensic Psychiatry: A Companion to the American Psychiatric Publishing Textbook of Forensic Psychiatry. American Psychiatric Association Publishing, 2010. Medical. 150 p.

13. Simon R. I., GoldSimon L.H. The American Psychiatric Publishing Textbook of Forensic Psychiatry. American Psychiatric Publishing, May 6, 2010. Medical. 726 p.

14. Twenge J. M. iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood and What That Means for the Rest of Us. New York: ATRIA Books. 2017. 352 p.

REFERENCES

1. Bakhtina, H. P. Informatyzatsiia suspilstva ta problema «klipovoho myslennia» [Informatization of society and the problem of “clip thinking”]. Retrieved from: <http://kpi.ua/1102-7> [in Ukrainian].

2. Hoda, M. Pokolinnia iGen: yak smartfony zminyly tsilu heneratsiiu [The iGen generation: how smartphones changed an entire generation]. Retrieved from:

https://24tv.ua/pokolinnya_igen_yak_smartfoni_zminili_tsilu_generatsiyu_n950633 [in Ukrainian].

3. Hromovyi, V. Marazm № 7 Shkilna novomova [Marazm No. 7 School new talk]. Retrieved from: <http://education-ua.org/ua/blogs/tema-1/785-likvidovuemо-marazmi-v-shkilnij-osviti-marazm-7-shkilna-novomova> [in Ukrainian].

4. Karpenko, T. M. (2013). Liudstvo yak subiekt i yak obiekt NBICS-konverhentsii [Humanity as a subject and as an object of NBICS-convergence]. *Filosofia nauky: tradytsii ta innovatsii* [Philosophy of science: traditions and innovations], 1 (7), 278-288 [in Ukrainian].

5. Knysh, I. V. (2018). «Klipove» myslennia uchniv (studentiv) yak norma i umova suchasnoi osvity [“Clip” thinking of pupils (students) as a norm and condition of modern education]. *Svitohliad-Filosofia-Relihiia* [Worldview-Philosophy-Religion], 13, 89-100. [in Ukrainian].

6. Knysh, I. V. (2019). «Klipove myslennia» yak relevantnist suchasnoi osvity [“Clip thinking” as the relevance of modern education]. *Kontseptualni, metodolohichni ta praktychni problemy sotsialnoi filosofii, filosofii osvity ta osvitnoi polityky* [Conceptual, methodological and practical problems of social philosophy, philosophy of education and educational policy]: *Zbirnyk mater. III mizhnar. nauk.-pop. konf. (24 kvitnia 2019 r.)* [in Ukrainian].

7. Lukianets, V. S. (2014). NBICS-tekhnohichna tsyvilizatsiia: obrii maibutnoho [NBICS-technological civilization: horizons of the future]. *Naukovyi visnyk NUBIP Ukrainy. Seriia: Humanitarni studii*, 203, 74-80 [in Ukrainian].

8. Modernizatsiia zmistu vyshchoi pryrodnychoi i tekhnichnoi osvity v umovakh perekhodu do nanotekhnolohii: monohrafiia [Modernization of the content of higher science and technical education in the conditions of the transition to nanotechnology] (2012) / K. Korsak, Yu. Korsak, Z. Tarutina, A. Pokhresnyk, H. Kozlakova, A. Hurzhii ta in. Kyiv: Pedahohichna dumka. 160 p. [in Ukrainian].

9. Oruell. D. (1989). «1984» i esse raznykh let: roman i khudozhestvennaya publitsistika [“1984” and essays of different years: novel and art journalism]. M.: Progress. 386 p. Retrieved from: http://imwerden.de/pdf/orwell_1984_i_esse_raznykh_let_1989_text.pdf [in Russian].

10. Toffler, E. (2000). Tretia khvyliia [Third wave]; per. z anhl. A. Yevsa. K.: Vyd. dim «Vsesvit». 480 p. [in Ukrainian].

11. Goldberg, I. (1997). Internet addiction. *New Yorker Magazine*. January 13. P. 28. Retrieved from: <https://www.newyorker.com/magazine/1997/01/13/just-click-no>.

12. Simon, R. I., Hales, R. E. (2010). Study Guide to Forensic Psychiatry: A Companion to the American Psychiatric Publishing Textbook of Forensic Psychiatry. American Psychiatric Association Publishing. Medical. 150 p.

13. Simon, R. I., Gold, L. H. (2010). The American Psychiatric Publishing Textbook of Forensic Psychiatry. American Psychiatric Publishing, May 6, Medical. 726 p.

14. Twenge, J. M. (2017). iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood and What That Means for the Rest of Us. New York: ATRIA Books. 352 p.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

КНИШ Інна Василівна – доктор філософських наук, професор кафедри соціально-гуманітарних дисциплін та іноземних мов Національної академії управління.

Наукові інтереси: новітні освітні технології; генеза номадизму та седентаризму; номадичні та седентарні практики.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

KNYSH Inna Vasylivna – Doctor of Philosophical Sciences, Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines and Foreign Languages of the National Academy of Management.

Scientific interests: latest educational technologies; genesis of nomadism and sedentarism; nomadic and sedentary practices.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2022 р.