

**Т.В. ИВАНОВА**  
(Киев, Украина)

## **КОММУНИКАЦИЯ «SCREEN-TO-SCREEN»: ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ПСИХОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ**

*Рассматриваются проблема влияния современных информационно-коммуникационных технологий «screen-to-screen» на сознание личности, психология управления массовым сознанием.*

Ключевые слова: *информации, коммуникация, коммуникация «screen-to-screen», электронная коммуникация*

Сегодня достаточно много и правомерно говорится о возможностях и положительных сторонах информационных технологий, как основного средства современных коммуникаций. Однако задача данной статьи остановиться на специфике и некоторых последствиях, к которым может привести увлечение электронной коммуникацией или как ее еще называют иначе, коммуникацией «screen-to-screen» в ущерб живому общению.

В связи с этим, следует отметить, что еще задолго до появления интернета, Ванневар Буш в своем эссе «Как мы можем думать?» сформулировал идею некоего расширителя памяти, эдакой глобальной машины для поиска и обработки информации. И вот уже в XXI в., несмотря на то, что машина так и не была создана, пророчество Буша было реализовано с появлением Всемирной Сети, которую иначе называют эрой web 2.0. или «Четвертой волной» по аналогии с «Третьей волной Е. Тоффлера, вслед за появлением письменности и изобретением книгопечатания.

И в результате, что мы имеем на сегодняшний день? Приведем несколько цифр. На сегодняшний день, по данным Международного Союза Электросвязи, насчитывается почти три миллиарда человек – пользователей интернета. К слову заметим, что все население Земли на 01.01.2014 составляет семь с лишним миллиардов человек. 94% европейцев регулярно используют интернет. А проникновение широкополосного интернета в странах Европы и США на сегодняшний день достигает 75%. Исследователи интернета шутку говорят, что если это показать графически с помощью лазерных дисков, то по их количеству, можно было бы составить лесенку, которая дотянулась с Земли к Марсу и обратно.

Если же говорить о самом понятии коммуникации web 2.0 или «screen-to-screen», то, основываясь на исследовании американского издателя Тима О'Рейли, мы его трактуем как коммуникацию, которая характеризуется виртуализацию социального пространства, а ее целью является не столько обмен информацией, сколько общение, социализация людей в новых группах, так называемое «проживания» в «новом теле» электронно-виртуальной организации.

Еще раз подчеркнем, не умаляя достоинств и положительных моментов коммуникации «screen-to-screen», а именно, что это:

- и средство глобализации информации с возможностью обмена опытом
- и колоссальный шаг вперед в развитии научных достижений
- и мощное средство социализации человека, находящегося в Сети, что позволяет объединиться ради проведения совместных действий, общественно-социальных проектов,
- все-таки, позволю себе, с точки зрения психологии, проанализировать специфичность этого формата коммуникации.

Предлагаю этот феномен проследить по трем базовым критериям восприятия информации и ее переработке в мозгу человека. Давайте кратко их проанализируем. Итак, первый критерий – *восприятие информации*. Традиционно, в процессе коммуникации «face-to-face» восприятие информации происходит при привлечении 5 базовых ощущений, таких, как: зрение, слух, осязание, обоняние и даже вкус. Психологи утверждают, что чем полнее задействованы эти пять чувств, тем более емко и содержательно воспринимается информация. Коммуникация же в формате «screen-to-screen», или, как ее еще называют «экранная коммуникация», базируется в основном на зрительном мировосприятии, потому что,

по результатам социологических исследований от 70 до 90 процентов информации в Сети, мы получаем с помощью печатных текстов, статей или письменного общения и лишь только до 30 процентов информации занимают аудиокниги, видеоигры, просмотр фильмов или музыка. Таким образом, основной канал получения информации в Сети - это зрительный.

Какие последствия такого явления? Во-первых, у нас пока не выработаны алгоритмы получения качественного знания с помощью визуального восприятия, поэтому, как совершенно правильно заметил российский социолог и военный историк Сергей Переслегин, что в течение 2000 лет человечество получало знания с помощью слова, личностного убеждения, но никак не визуально. И в связи с этим, следует отметить, что развитые страны Европы и США к вопросам фундаментального обучения с помощью именно зрительного канала только начинают подходить. Так, например, в США, сразу же после трагедии 11 сентября был создан так называемый Институт креативных технологий, где начали использовать опыт Голливуда в военном деле. С помощью фильмов, видеоигр начали пытаться грамотно и дидактически правильно обучать стратегический персонал. Как результат, там был создан учебный фильм, где американские военные сидят у костра, поют песни под гитару, и, непринужденно, общаясь между собой, делятся друг другу своим опытом. Таким образом, была предпринята попытка, с помощью зрительного канала, но, задействуя и другие органы чувств, более емко передать информационный и практический опыт, который так необходим для американских военных.

Во-вторых, повторюсь, что коммуникацию «screen-to-screen» иначе еще называют экранной коммуникацией, а это значит, что через «погружение» человека в мир экранов происходит физиологический переход в «поверхностный регистр мышления зрением», благодаря которому виртуальная реальность легко становится «объективной действительностью» наших дней. Человек экранного мышления, считают психологи, более поверхностно воспринимает информацию. Не вникая в ее содержание, он с готовностью дает ей оценку: причем быстро, категорически и, порой, не толерантно.

И вот получается довольно странная картина. Казалось бы, благодаря интернет-технологиям стало больше возможностей получения и анализа информации. Но парадокс наших дней состоит в том, что чем больше такой информации, тем меньше структурированных и системных знаний.

С экранов мы получаем только большое количество слабо связанных между собой фактов. Отсутствует логика, теряется причинно-следственная связь. Создаются оптимальные условия для запуска в действие технологий управляемого хаоса.

Если выразиться иносказательно, то, действительно, мы научились видеть потрясающе правильную и аккуратную структуру листьев, но за ней мы не в состоянии увидеть хитросплетение и шелест ветвей, мы не можем почувствовать красоту леса, пение птиц, то, как солнце восходит над вершинами деревьев!

Мало кого сейчас удивляет, что в переговорной комнате, за столиком в кафе или на семинаре, порой трудно завладеть вниманием собеседника, который скрывается за экраном ноутбука, планшета или смартфона. К слову, для этого явления есть даже специальная название - фаббинг, которое образовано от английских слов phone - телефон и subbing - игнорирование собеседника.

Об этом же говорит и журналист Карл Дженсен, который ввел понятие «Junk Food News» (аналог фаст-фуда). Он подчеркивает, что информационный фаст-фуд приводит к усталости мозга. Мозг «переедания» информацией. Известный пиарщик Джек Траут в своей работе «Дифференцируйся или умирай», также говорит о том, что мозг человека напоминает губку, переполненную водой. И в такой ситуации, чтобы облегчить свою участь, он начинает брать только более легкое, яркое и не загружающее. А все, что требует размышлений — игнорирует. Это можно проследить даже по количеству «лайков» на ту или иную информацию. Посты о котиках, сердобольных и «слезоточивых» историях собирают гораздо больше лайков, чем, например, серьезные аналитические статьи или Hard news даже в одном сегменте определенной целевой аудитории. Напрашивается закономерный вывод: интернет создал сверхскоростные потоки информации, однако человек, как биологическое существо не изменил своих параметров входа/выхода информации. Когда потоки резко ускорились, большим по объемам

текстам пришлось уступить место текстам коротким. И это повлияло не только на объемы, но и на содержание. Увы, мы стали людьми как коротких текстов, так и простых содержаний.

Скоростная передача информация пришла по вкусу молодому поколению, сделав книги тяжелыми и скучными. Но, важно понять, что книги, будучи обработанной информацией, несут нечто другое, чем может дать интернет. Кстати, поэтому они и стали тяжелыми для информационных потребителей нового поколения. Уместно вспомнить нашумевшую статью Николаса Карра в журнале *Atlantic*, за которой последовала и книга, «Делает интернет нас глупее» [1].

Можно искать разные варианты ответов, однако интересен взгляд на эти проблемы с совершенно другой стороны. Это динамика уровня IQ, измерение которого стал вестись в мире. Согласно феномена, названном по имени первооткрывателя «эффектом Флинна» [2], IQ растет со скоростью 3% в десятилетие с тех пор, как эти измерения проводятся. Это объясняют хорошим питанием, лучше средним образованием и подобными факторами улучшения уровня жизни в мире (см., Например, [3] и [4]). Однако возникла проблема: в «хороших» странах типа Великобритании, Норвегии, Дании уровень IQ снижается (см. [5] и [6]).

Второй критерий восприятия информации – это ее оценка.

Известно, что со времен древних греков оценка информации происходит с помощью трех критериев: логоса, этоса и эмоций. Однако, бликовость электронной информации, которой очень много и на которую нужно быстро реагировать, не дает нам возможности действовать в этом контекстном треугольнике. Это приводит к тому, что коммуниканты «screen-to-screen», как правило, задействуют только одну ее сторону: импульсивно-эмоциональную в ущерб логике и этике. На основе этого явления французские медиапсихологи ввели особое понятие, получившее название ВКС, то есть виртуальное коллективное сознание, которое приводит к безличностным и хаотичным массовым действиям людей, ведущих коммуникацию в интернете. В качестве одного из таких примеров французские исследователи приводят безлидерскую революцию в Тунисе, поводом к началу которой стал акт самосожжения продавца магазина. Сначала эта информация была брошена в социальные сети, вызвав взрыв возмущения масс, а затем произошло то, что произошло.

Вообще, специалистам, манипулирующим сознанием в формате веб 2.0 давно известно, что вброс в сеть любой резонансной информации, как: убийство беззащитной женщины, ребенка или благородного «мужа» обязательно привлечет внимание электронной аудитории и приведет к стихийным массовым протестам. История помнит и 1989 год, бархатную революцию в Праге, поводом к которой также стало якобы убийство студента по имени Шмидт. И только через некоторое время «Нью Йоркс таймс» публикует статью под названием «Убийство, которого не было». Таким образом, обезличенная целевая аудитория охотно встречает обезличенные фейковые меседжи. Даже за ее реакцией на одно и то же событие можно определить, КТО или ЧТО стоит за тем или иным постом.

В обычном информационном посту мы замечаем закономерную картину: после размещения статуса уровень внимания и активность аудитории к нему высокая, а затем кривая внимания закономерно ползет вниз. В манипулируемом же меседже, все происходит несколько по-другому. График внимания приобретает циклический характер. Это свидетельствует о том, что кто-то подогревает интерес аудитории, постоянно вбрасывая новую информацию в публикуемые комментарии.

Третий критерий, с помощью которого обрабатывается информация в мозгу - это ее перепроверка. Она базируется на концепции известного психолога А. Меграбяна, согласно которой человек, воспринимая другого, только на 7% доверяет словам, на 35% он оценивает информацию, наблюдая за мимикой и на 55% перепроверяет ее по жестам, внешнему виду, внутреннему состоянию собеседника и даже по его запахам, вспомните роман Зюскинда «Парфюмер».

Что же происходит в электронной коммуникации? Мы имеем дело только с печатно-письменным словом, которое впрочем также девальвировалось, превратившись в своеобразный симулякр, печатный символ. Причем, переданное нам слово мы получили, пребывая в виртуальной реальности, по которой может быть спрятано ЧТО и КТО угодно, так как много коммуникаторов в Сети позициониру-

ют себя под разными никами и даже различными социальными ролями. Кстати, на сегодняшний день в США уже создано такое программное обеспечение, которое дает возможность одному человеку размещать информацию в Сети одновременно под 8 никами.

Соответственно, такой коммуникации, как говорят психологи, присущая так называемая легкая социальность: особая форма отношений между людьми, которая ни к чему не обязывает и не имеет никаких последствий. Иллюзорная свобода коммуникации screen-to screen позволяет нам также достаточно вальяжно относиться и к обратной связи. Захотел - вошел в коммуникацию, захотел - вышел из нее. В связи с этим, немецкий исследователь коммуникации web 2.0 Ян Шмидт пишет о так называемом Нетикете - правилах поведения коммуникаторов в Сети [7], нацеливая нас на то, что свобода коммуникаций в интернете является иллюзорной, и несмотря ни на что, основные правила этикета живой коммуникации - должны соблюдаться. Ибо отсутствие коммуникации, гласит известный закон, к сожалению, тоже коммуникация!

Одним словом, screen-to screen чаще всего характеризуют, как коммуникацию неполную, свободную от обязательств, иногда неискреннюю, или, коммуникацию - «наедине со всеми».

Кстати, совсем недавний факт, когда в израильскую армию начала приходить современная молодежь, то военные психологи заметили, что им чужды такие чувства, как взаимовыручка, взаимопомощь, искренняя дружба, командный дух, которые так необходимы для военных.

В это же время, американские исследователи приводят данные о том, что из 100 процентов молодежи около 60 процентов действительно пытаются знакомиться и заводить контакты друг с другом в реальной жизни, но вот поддерживают такие контакты длительное время только 15 процентов. Другие же снова «убегают» в свою виртуальную «ракушку» «screen-to-screen», словно человек-амфибия. Анализируя взаимоотношения современных людей, Шерри Теркл делает довольно оптимистичный вывод: «Технологии делают заявку на пересмотр человеческих отношений - как мы заботимся друг о друге, как мы заботимся о себе, что также дает нам возможность подтвердить наши ценности и нашу направленность». Тем не менее, подзаголовок ее книги «Одинокие вместе» не демонстрирует такого оптимизма [8, с 9].

Таким образом, на основе проведенных исследований, специалисты делают вывод о том, что управлять массовым сознанием в виртуальном пространстве намного легче, чем в реальном, что, собственно и происходит. А если еще проанализировать мотивы обращения людей к общению в соцсетях, то психологи, в основном, указывают следующие:

- разочарование в живом общении, одиночество
- неудовлетворенность реальной социальной идентичностью и желание изменить или избавиться от нее
- возможность реализации таких качеств личности, которые по тем или иным причинам недоступны в реальной жизни.

Следовательно, перед нами самая благодатная аудитория для внушения, убеждения и манипулирования.

И напоследок, немного о менеджменте или коротко ответ на вопрос «Что делать?», чтобы ослабить влияние электронной коммуникации. Кстати у американских военных даже есть такой термин – менеджмент восприятия электронной информации.

Одним из таких способов, по их мнению, является, как ни странно, чтение классической литературы и полноценное общение. Известный американский социолог Нил Гейман в своем выступлении «Почему наше будущее зависит от чтения» [10] рассказывал, что проектировщики частных тюрем в Америке нашли простой способ определения потребности в тюремных местах через 15 лет. Они применяют простой алгоритм в число сегодняшних 10-11-летних детей, которые не читают, поскольку не находят в этом удовольствие, чтобы получить количество будущих заключенных.

В своем другом примере он рассказал о китайцах, которые долго не могли понять, почему они хорошо работают по чужим проектам, но плохо придумывают их сами. Чтобы разобраться послали деле-

гацию в США, в такие известные компании, как Apple, Microsoft, Google, чтобы опросить их топ-менеджмент.

В результате оказалось, что все они, будучи детьми, читали научную фантастику, слушали классическую музыку и очень много времени проводили, общаясь с живой природой. Кстати, еще Эйнштейн говорил о том, что «Лунная соната» Бетховена способствовала созданию его теории относительности больше, чем десять Гауссов.

В связи с этим, встревожил следующий факт: Комитет по делам общественных объединений и религиозных организаций Госдумы совместно с Российским книжным союзом озвучил планы по «патриотизации литературы». По мнению законодателей, из школьной программы нужно убрать «замороженные» произведения и «сложные мысли» Федора Достоевского, Льва Толстого и Михаила Булгакова, заменив их новыми книгами о простых людях, которые бесплатно работают на благо родины. Т & Р связались с экспертами в области преподавания литературы, чтобы выяснить, почему полезно изучать классиков и чем может обернуться их отсутствие в обязательной программе. «Убрать классику и заменить ее однодневками - это значит сделать еще один шаг к духовному обнищанию наших детей», – считает заслуженный учитель России, преподаватель литературы, литературовед Лев Соболев [11]. Еще одним средством, как говорится «незалипания» в коммуникацию screen-to screen наша медиаграмотность и критическое мышление к последствиям захвата такого рода коммуникацией. Как говорится, если хочешь избавиться от призрака, названия его по имени, он и рассыплется.

И тогда можно поверить, что настанет тот день, когда мы, игнорируя интернет, выйдем из своих домов, будем друг друга трогать руками, смотреть друг другу в глаза и даже пытаться друг с другом разговаривать!

Этого же страстно жаждет и герой Эштона Катчера в фильме «Любовь больше, чем секс», который говорит своей любимой: «Если ты скучаешь по мне, то пришлешь мне смску, имейл или напишешь в фейсбук, но если тебе действительно меня не хватает, ты просто ко мне придешь».

### Литература

1. <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>
2. [https://en.wikipedia.org/wiki/Flynn\\_effect](https://en.wikipedia.org/wiki/Flynn_effect)
3. <http://www.fourmilab.ch/documents/IQ/1950-2050/>
4. <http://www.crisismagazine.com/2015/rising-iqs-decline-faith>
5. <http://uhaweb.hartford.edu/BRBAKER/>
6. <http://www.prospectmagazine.co.uk/science-and-technology/intelligence-quotient-james-flynn>
7. Шмідт Я. Нова мережа: Ознаки, практики і наслідки веб 2.0: Посібник для вузів / Пер. з нім. В. Климченко; за заг. ред. В. Іванова. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 284 с.
8. [http://www.ted.com/talks/sherry\\_turkle\\_alone\\_together/transcript?language=en](http://www.ted.com/talks/sherry_turkle_alone_together/transcript?language=en)
9. [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/transformatsii\\_chelovechestva\\_pod\\_vliyaniem\\_interneta/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/transformatsii_chelovechestva_pod_vliyaniem_interneta/)
10. <http://vodb.ru/include/fckeditor/data/users/admin/File/geiman.pdf>
11. <http://special.theoryandpractice.ru/literatura>



### **Communication “screen-to-screen”: pedagogic aspects, management psychology**

*There is considered the influence of the modern information and communication technologies “screen-to-screen” on consciousness of a personality, the psychology of mass thinking management.*

Key words: *information, communication, communication “screen-to-screen”, electronic communication.*