

QUANTA INFORMAZIONE SONO IN GRADO DI PERCEPIRE?

M. Bulgakova

*Università statale di Belarus, Minsk; bulhakovamary@gmail.com;
supervisore – V. V. Martus*

Aumento della quantità di informazione modifica il nostro modo di pensare. Sotto l'influenza i mass media, cinema e Internet il pensiero di giovani d'oggi si trasforma in così detto "pensiero da clip". Quest fenomeno ostacola una persona percepisce più quantità d'informazione. Come significa l'articolo di Nicholas Carr "Is Google making us stupid?" ("Google ci rende stupidi?") e conferma l' esperimento che ha condotto il dipartimento di psicologia dell'educazione e pedagogia dell'Università statale di Mosca. Eppure non solo siamo influenzati dai media, ma colpiscono noi ancora di più. C'è una probabilità che dopo un po' di tempo quest modo di pensiero sarebbe l'unico. Ecco perché influenza di mass media e Internet sui giovani è il problema molto attuale.

Parole chiave: La rete sociale; pensiero da clip; l'informazione; giovane d'oggi; l'influenza di media; Nicholas Carr.

La tecnologia moderna contribuisce ad accelerare molti processi, per esempio, lo scambio di informazione. Quanta immensa quantità d'informazione che ci circonda! Come non perdersi in tutta la diversità di novità che ci offre? Una persona percepisce l'informazione sfogliando le pagine diagonalmente, e leggendo esclusivamente i titoli, senza scendere in particolari. I numerosi post nella rete sociale cercano di corrispondere alle richieste principali che gli utenti rivendicano.

In particolare:

1. La brevità di informazione. L' esempio ideale è Twitter, che prima si limitava a sotto 140 simboli, attualmente ce ne sono 280.
2. La semplicità del linguaggio. Permette una migliore e più facile percezione al pubblico di massa.
3. Una bella immagine che esegue la funzione di attrattività. Ce ne sono moltissime in ogni servizio di rete sociale.
4. L'uso degli emoji. Questa applicazione rende più semplice presentazione di informazione e imita le nostre sensazioni.

Tutto questo porta alla modifica del nostro modo di pensare!

Nicholas Carr, lo scrittore americano che ha ricevuto il premio Pulitzer, nel suo articolo "Is Google making us stupid?" ("Google ci rende stupidi?") ha confessato che prima gli era facile immergersi nella lettura di un libro o qualsiasi articolo di contenuto abbastanza lungo. Tuttavia, dopo aver trascorso un sacco di tempo su Internet alla ricerca di informazioni, ha notato che cominciava a perdere l'idea di questo articolo già leggendo la 2° o la 3° pagina. Il cervello si regola e si deforma essendo condizionato dal compito

da risolvere. Non solo siamo influenzati dai media, ma colpiscono noi ancora di più! Quindi non è che siamo solo noi a influenzare le modalità di trasmettere informazione, ma anche questi sono a colpire noi ancora di più!

Abbiamo formato il cosiddetto “ pensiero da clip”, deriva da termine inglese clip che vuol dire “fare ritagli dai giornali o film.

Il dipartimento di psicologia dell'educazione e pedagogia dell'Università statale di Mosca ha condotto un esperimento in cui hanno coinvolto due gruppi di studenti per capire come influenzano i mass media, cinema e Internet sui giovani d'oggi. A un gruppo hanno suggerito di leggere il testo che descriveva un problema di una ragazza, all'altro gruppo hanno mostrato il video con lo stesso contenuto. Si è scoperto che il livello di comprensione di quei ragazzi che hanno visto il video di sei volte ha superato la comprensione dell'altro gruppo. L'immagine non ha solo sostituito il testo, ma l'ha superato!

Il risultato dell'esperimento sarà come segue: " Film e telenovelle forniscono una soluzione già pronta, da precisare, la sua illusione.”

Persone al giorno d'oggi trovano sempre più difficile ragionare e pensare logicamente, a cercare modi nuovi e inaspettati della soluzione, perché viviamo in un campo di informazioni enorme, dove le informazioni necessarie possono essere ottenute da uno scatto di mouse o da un comando vocalizzato. Errore di analisi delle informazioni è dovuto al fatto che la immagine non si visualizza per lungo tempo e viene rapidamente sostituita con un' altra, come avviene se cambiamo canale della TV o guardiamo telegiornale.

Come è già stato notato, la forma moderna di ricavare informazioni influenza negativamente la nostra concentrazione. Ad esempio, voi leggete le ultime novità e improvvisamente un nuovo messaggio in una qualsiasi delle reti sociali vi avvisa del suo arrivo. Ed eccovi! Immediatamente la vostra attenzione è reindirizzata!

In conclusione mi permetto di consigliare a tutti noi di leggere più libri e altro, di socializzare di più faccia a faccia, e allora saremo persone intellettuali e sagge. Quello che è importante è che rimaniamo uomini, homo sapiens , non robot!

Bibliografia

1. Электронный журнал «Духовный старт» №8(36) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.docme.ru/doc/1095039/-duhovnyj-start--vypusk-36>. (дата обращения: 05.04.2018).
2. Как меняются жизненные приоритеты у сегодняшних подростков [Электронный ресурс]. URL: <http://kultprosvet.by/matteo-spyatstsi/>. (дата обращения: 05.04.2018).
3. Google cirende stupidi? [Электронный ресурс]. URL: <https://genius.com/Nicholas-carr-is-google-making-us-stupid-annotated>. (дата обращения: 05.04.2018).