

Литература

1. *Атаманчук, Г. В.* Управление: сущность, ценность, эффективность / Г. В. Атаманчук. — М. : Акад. проект, 2012. — 542 с.
2. *Жирнов, Н. Ф.* Политико-административное управление: инновационные аспекты / Н. Ф. Жирнов // *Власть.* — 2014. — № 7. — С. 12–15.

Е. А. Куделевич

И. И. Рифицкая, канд. психол. наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ ПОД ВЛИЯНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

В настоящее время Интернет незаметно проник во все сферы жизни людей. В Интернете можно заказать товары на дом, скачивать книги, смотреть фильмы, лекции, слушать музыку, получать образование и многое другое. Но среди всевозможных сервисов одним из наиболее распространенных и общедоступных является социальная сеть. Самой большой категорией пользователей социальных сетей является молодежь. При этом аудитория социальных сетей помолодела до школьников начальных классов. По последним исследованиям, молодежь проводит в социальных сетях минимум 5 часов в день, а процент проникновения социальных сетей в молодежной среде составляет до 98 %. Кроме этого, около 60 % пользуются одновременно несколькими социальными сетями.

Наибольшей популярностью пользуется социальная сеть «ВКонтакте», где общая доля молодежи среди всей аудитории достигает до 63 %. Если детально анализировать информацию, которая доступна в данной социальной сети, то мы увидим, что 90 % составляет информация развлекательного характера (фильмы, юмор, общение, музыка и т.п.) и только 10 % — информация образовательного характера (например, образовательные группы и ролики или сервис «Документы», в котором можно искать книги). Кроме этого, возможность быстрых знакомств с противоположным полом и быстрый поиск информационных ресурсов, доступ к которым ограничен в традиционном обществе, еще более привлекателен для молодежи. При этом социальные сети становятся своего рода Интернет-пристанищем, подменяя собой реальный мир и создавая иллюзию нормальной жизни. Как итог: мировоззрение молодежи формируется под влиянием информационных потоков в социальных сетях, при котором влияние на ценностные ориентиры молодежи со стороны семьи и общественно-институциональных государственных структур неуклонно падает.

Из вышесказанного следует, что под влиянием социальных сетей происходит замыкание молодых людей на самих себе, при этом цен-

ностные ориентиры формируются в таких областях, как развлечения, потребительский образ жизни, жизнь в созданной иллюзии (так как на публичных страничках пользователи пытаются преодолеть благостную картину жизни), восприятие мира через эмоции, вседозволенность и выражение своей индивидуальности любыми способами.

Такое поверхностное восприятие мира молодежью, оторванность от реального мира, психическая неустойчивость подрастающего организма, высокая внушаемость, повышенная активность, протестное восприятие мира дают почву для различного рода манипуляций со стороны социальных сетей. Данные явления уже проявили себя в полной мере в арабских странах, где доля молодежи в обществе велика и все «цветные» революции создавались и координировались через социальные сети. При этом все ценностные ориентиры традиционного общества были проигнорированы взбунтовавшейся молодежью, а государственные элиты не в состоянии были понять, что происходит, так как их мировоззрение кардинальным образом отличалось от мировоззрения молодежи.

В заключение можно сказать, что социальные сети, помимо удобств, также несут и риски навязывания чуждых ценностей нашей молодежи. Поэтому важно разъяснять молодежи, какие опасности социальные сети могут нести как в личностном плане, так и в рамках общества в целом. При этом необходима четкая позиция со стороны государства в отношении контроля над пространством социальных сетей, чтобы оптимально использовать их потенциал для воспитания такого молодого поколения, которое могло бы достойно встретить вызовы будущего.

*В. К. Лукашевич, д-р филос. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

ОСНОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРАКСЕОЛОГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЦЕННОСТНЫХ И КОГНИТИВНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ

Согласно классической дихотомии праксеологических установок (Т. Котарбинский) выделяются два типа целевых ориентаций: 1) связанные с получением пермутационного продукта деятельности, в котором что-то добавляется к тому, что ранее существовало; 2) связанные с получением персеверационного продукта, в котором воспроизводится (повторяется) то, что существовало ранее. Первая установка лежит в основе творческих процессов и, в частности, фундирует ключевую ориентацию инновационных преобразований как человеческой активности, направленной на создание альтернативы тому, что функционирует в определенной сфере жизнедеятельности социума (удовлетворяет конкретные потребности, выполняет социальный заказ). Вторая установка фундирует активность людей в ее направленности