

Источники

1. Михайлов, Ю. М. Формирование сетевого общества и глобализация / Ю. М. Михайлов // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер.: Филос. науки. — 2015. — № 4. — С. 36–45.
2. Дугин, А. Г. Сетевое общество и его враги / А. Г. Дугин // Профиль. — 2008. — № 3 (559). — С. 32–34.
3. Бочавер, А. А. Кибербуллинг: травля в пространстве современных технологий / А. А. Бочавер, К. Д. Хломов // Психология. Журн. высш. шк. экономики. — 2014. — Т. 11, № 3. — С. 177–191.

В. А. Белокрылова, канд. филос. наук, доцент
ralfinaster@gmail.com
БГЭУ (Минск)

ПРОПАГАНДА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: В ПОИСКАХ НОВОГО ФОРМАТА

Кризисные ситуации в обществе и государстве сопровождаются соперничеством и противостоянием конвергентных социально-технологических инноваций, которые способны значительно повлиять на баланс сил. Децентрация протестной активности на постсоветском пространстве требует от государства значительных ресурсов, жестких форм регулирования и более радикальных форм применения силы, которые в свою очередь могут способствовать росту общественного недовольства. Вместе с этим сетевой формат общественной коммуникации усиливает возможности пропаганды, которая в качестве мягкой силы способна эффективно воздействовать на сознание и поведение, развивая конструктивный социальный капитал гражданского общества.

Чем технологии пропаганды в новых сетевых медиа отличны от аналогов доцифровой эпохи? Фиксация этой специфики позволит вывести информационную и идеологическую работу на новый качественный уровень. «Форм внушений мало, они элементарны, но возможных okazji и способов для их передачи сколько угодно» [1, с. 219]. Особенно остро проблема способов передачи стоит в отношении молодежной аудитории, чья социализация совпала с приходом цифровых сетей формата Web 2.0. Это платформа социального взаимодействия, предусматривающая активное участие пользователей в производстве и продвижении контента.

Новые медиа становятся основным информационным источником и коммуникационной площадкой для молодежи. Видеохостинги и стриминговые площадки, социальные сети и тематические форумы позволяют молодому поколению создавать сообщества по интересам и обмениваться мнениями, не довольствуясь, как ранее, ролью пассивного реципиента предварительно рафинированной информации. Коммуникационная среда и менталитет изменились, а пропагандистский дискурс в основном воспроизводит паттерн доцифровой эпохи с монополией на единственную заранее известную истину. В свою очередь мнимая демократичность цифровых сетей отнюдь не исключает внутреннюю борьбу с инакомыслием, аффилированность сетевых акторов в подаче информации, приоритет эмоций и личных убеждений в избирательной интерпретации фактов. Реалистичный сценарий будущего для молодого поколения — существование в условиях жестко конкурирующих мнений и информационного плюрализма. Надежда на то, что утвердившийся сегодня феномен постправды может быть вытеснен некой истиной, разделяемой большинством, достаточно иллюзорна. Дать в руки не рыбу, а удочку; навыки и когнитивные инструменты сомнения, сопоставления, анализа, дискуссии, критики — на это в идеале должна быть ориентирована информационно-пропагандистская работа.

Молодые люди взрослеют и общаются в мире, который, с одной стороны, остался им в наследство от предыдущих поколений, с другой стороны, обладает новыми культурными

и технологическими качествами, обеспечивающими большую степень внутренней свободы и связанный с ней социальный запрос на большую самостоятельность в суждениях и действиях.

Все это требует рефлексии существующих подходов к идеологической и информационной работе с молодежью. Какими принципами нужно руководствоваться при воздействии на общественное сознание в современных непростых условиях? «Самый надежный метод, которому может последовать пропагандист, — это выработать у себя привычку идентифицироваться в воображении с теми субъектами, на которых надо повлиять, и использовать все возможные пути доступа к их вниманию» [1, с. 218].

К сожалению, традиционно сложившаяся система информирования не отличается рефлексивностью. Однако существуют и исключения, на которые стоит обратить внимание. В работе «Агитационная и пропагандистская работа в молодежной среде глазами молодежи» [2] предпринят анализ размышлений студентов на темы «Как сегодня нужно строить агитационную и пропагандистскую работу с молодежью? Какова роль студенчества в цветных революциях?». В работе проблематизируются традиционные и новые подходы к патриотическому воспитанию учащихся.

Источники

1. Лассуэлл, Г. Д. Техника пропаганды в мировой войне : пер. с англ. / Г. Д. Лассуэлл. — М., 2021. — 237 с.

2. Иванова, А. Д. Агитационная и пропагандистская работа в молодежной среде глазами молодежи [Электронный ресурс] / А. Д. Иванова, С. В. Иванов, О. В. Муругова // Образование и духовная безопасность. — 2018. — № 2 (4) — С. 18–23 // БГПУ им. Акмуллы. — Режим доступа: <http://bspu.ru/files/64415>. — Дата доступа: 16.03.2022.

О. В. Беркова, канд. филос. наук, доцент
berkova29@mail.ru
БНТУ (Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДИАЛЕКТИЧЕСКОГО МЕТОДА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Социально-гуманитарные исследования в современном мире подвержены определенным трудностям, обусловленным в первую очередь тем, что они базируются на позициях позитивизма. Как известно, позитивизм как исследовательская методология признает научными лишь те факты, которые могут быть получены и проверены опытным путем. Невидимым внешне категориям, которые создаются абстрактно и только в мысленном эксперименте, но необходимы для отражения сущности изучаемых явлений, позитивизм отказывает «в праве на существование». Покажем это на примере экономической теории.

Сегодня в официальной экономической теории, представляющей основным своим объемом по сути основы микро- и макроэкономики, слабо используются или не используются вовсе методы метатеоретического уровня научного познания — диалектический и системный.

Современная микроэкономика построена на принципах маржинализма — течения, которое пришло в экономическую теорию в последней трети XIX в. как оппозиционное теории трудовой стоимости. Маржинализм — теория, представляющая экономику как систему взаимосвязанных хозяйствующих субъектов и объясняющая экономические процессы исходя из использования предельных (max или min) крайних величин, характеризующих не сущность явлений, а их изменение в связи с изменением других явлений. В свое время при построении ключевых маржиналистских теорий — издержек производства,