

Заморский Владлен Валерьевич

### **РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЦЕННОСТНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ МОЛОДЕЖИ**

Влияние информации на ценности молодежи – актуальное направление социально-философского дискурса. В статье исследуется процесс трансформации ценностных установок российской молодежи под воздействием социальных сетей, которые получили бурное развитие с появлением Интернета. Автор рассматривает информацию как ценность. В статье показано значение социальных сетей как новейшего инструмента коммуникации среди молодых людей и приходит к выводу о необходимости корректирующего информационного воздействия на социальные сети с целью формирования базовых позитивных ценностей молодежи.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2013/5-2/15.html](http://www.gramota.net/materials/3/2013/5-2/15.html)

Источник

### **Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2013. № 5 (31): в 2-х ч. Ч. II. С. 60-63. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2013/5-2/](http://www.gramota.net/materials/3/2013/5-2/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

**VORONEZH TERRITORY ON THE EVE OF INDUSTRIALIZATION IN THE 30S OF THE XX<sup>TH</sup> CENTURY**

**Evstratov Anton Gennad'evich**  
Voronezh State Technical University  
anton\_nastoyashiy@mail.ru

The author reveals the main features of Voronezh territory economic and social development on the eve of socialist industrialization in the 30s of the XX<sup>th</sup> century, analyzes the prospects of industrial transformations, their preconditions and feasibility, as the sources uses the materials of the State Archive of Social-Political History of Voronezh region, which data differ from the information of official propaganda, and it gives a new vision of the situation within Voronezh territory on the eve of socialist industrialization.

*Key words and phrases:* industrialization; industrial development; collective farms; economy of Voronezh territory; collectivization; working class.

УДК 316

**Социологические науки**

*Влияние информации на ценности молодежи – актуальное направление социально-философского дискурса. В статье исследуется процесс трансформации ценностных установок российской молодежи под воздействием социальных сетей, которые получили бурное развитие с появлением Интернета. Автор рассматривает информацию как ценность. В статье показано значение социальных сетей как новейшего инструмента коммуникации среди молодых людей и приходит к выводу о необходимости корректирующего информационного воздействия на социальные сети с целью формирования базовых позитивных ценностей молодежи.*

*Ключевые слова и фразы:* ценности; молодежь; информация; трансформация ценностей; Интернет; социальные сети.

**Заморский Владлен Валерьевич**

Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана  
zamorsky@mail.ru

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЦЕННОСТНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ МОЛОДЕЖИ<sup>©</sup>**

Совсем недавно Россия перешагнула двадцатилетний рубеж в качестве социального, культурного, идеологического и экономического антипода СССР. Новый этап развития российского общества связан и с формированием информационной цивилизации. Современные научные исследования отражают смещение экономической доминанты развития общества на информационно-коммуникативную, которая выступает в качестве важного дифференцирующего параметра при определении уровня его развития [1-3; 5; 7]. Современная Россия до сих пор находится в затянувшемся переходном процессе, неопределенность которого обусловлена одновременностью влияния на социум как экономического, так и информационно-коммуникативного факторов. И если экономический фактор вынудил общество пересмотреть старую систему ценностных установок, показав ее недейственность в рамках современных условий, то информационный должен был установить и закрепить новую систему ценностей.

Для формирования современного типа государства и его основного капитала – молодежи необходима информационная, идеологическая поддержка его деятельности в средствах массовой коммуникации, что создаст мощные механизмы для трансляции культурных норм и ценностей, смыслов и знаний, идей и представлений, символов и образцов поведения [12]. В современной ситуации развития российского общества трансляционный механизм не отлажен. Результатом этого является очевидный постмодернистский хаос в неподконтрольной и почти никак не корректируемой государством фундаментальной сфере отношений между индивидами и социальными группами – в сети Интернет, бурное развитие которой началось с 2000 года.

Одной из важнейших причин начала сложного, многофакторного феномена постсоветских изменений оказалась неэффективная экономика периодов перестройки и постперестройки. Несмотря на декларируемое равенство людей, была очевидна разобщенность между членами социума, вызванная крайне неравномерным распределением дефицитных благ. Получение благ или их лишение невозможно без учета мотивации и потребностей, которые связаны с ценностными установками, а значит, поляризация общества была сформирована в том числе из-за конфликта старой системы «сквозных» ценностей с набором множества новых несистемных ценностных установок как внутри индивида, так и между социальными группами. Следствием этого стала все более очевидная тенденция к индивидуализации, «социальная атомизация» индивидов, желающих главным образом сократить расстояние между уровнями стратификационной пирамиды [6].

Старая система ценностей и установок не позволяла подстроиться под новые экономические реалии, а новая система как таковая не сложилась. Это не могло не сказаться на процессах как первичной, так и вторичной социализации современной молодежи. «Размытость» позитивной ценностной базы в нашем обществе, отсутствие общих, «сквозных» ценностных установок отчасти подтверждают постмодернистский постулат о невозможности определения ни истины, ни общечеловеческих ценностей, а это значит, что ценности каждого исключительны, уникальны. Это действительно так, вопрос лишь в том, насколько они поляризованы. В. Т. Лисовский писал, что ценностный мир каждого человека необъятен. Однако существуют некие «сквозные» ценности, которые являются практически стержневыми для всех людей. К ним относятся трудолюбие, образованность, доброта, воспитанность, честность, порядочность, терпимость, человечность. Именно падение значимости этих ценностей в тот или иной период истории всегда вызывало в обществе серьезное беспокойство [8]. И если сейчас наблюдается падение значимости сквозных ценностей, то возникает необходимость их восстановления и адаптации к новым условиям. Из этого следует, что:

- переходный процесс в развитии российского общества девальвировал систему ценностей, выстроенную в СССР, вызвав социальную атомизацию;

- из плюрализма индивидуальных ценностных установок должна в итоге сформироваться единая ценностная система коллективных установок, способная противостоять чрезмерному эгоизму и запредельному прагматизму современной молодежи;

- стремительно развивающиеся технологии социальных коммуникаций, пока еще не активно используемые государством, должны быть тщательно изучены и использованы для формирования позитивной системы ценностей молодежи. В противном случае последствия для отечественной молодежи, а следовательно, и нашего будущего могут быть самыми неблагоприятными [4; 13].

Определенный научный интерес вызывают процессы взаимодействия российской молодежи внутри современного общества, представляющего из себя среду с комбинированным воздействием двух основных доминант – экономической и информационной, а также влияние информационной цивилизации на трансформацию ценностной системы молодежи и ценность информации внутри неё. Одним из ключевых явлений в рассматриваемой проблеме стало стремительное развитие сети Интернет. Наиболее интересным для социально-философского анализа является изучение влияния информации как ценности на установки отечественной молодежи.

Анализ отечественного сектора «мировой паутины», зафиксированный в статистических данных, позволяет сделать вывод об основных трендах влияния сетевых источников информации. В проведенных исследованиях были учтены следующие показатели: количество жителей России, вовлеченных в интернет-коммуникации; их возрастной диапазон; основные интернет-ресурсы, наиболее ярко представляющие современного российского пользователя [14-16]. По данным одного из самых авторитетных аналитических центров в области исследования интернет-пользователей *Internet World Stats*, ситуация с «интернетизацией» в Российской Федерации в последние годы развивалась следующим образом [14] (см. Таблицу).

**Таблица.**

**Количество интернет-пользователей в России за последние годы**

Год	Пользователи (человек)	Население (человек)	% популярности
2000	3 100 000	145 149 035	2,1
2007	29 400 000	141 377 752	20,8
2008	38 000 000	140 702 094	27,0
2009	45 250 000	140 041 247	32,3
2010	59 700 000	139 390 205	42,8
2011	61 472 011	138 739 892	44,3

В соответствии с данными Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, аудитория пользователей сети Интернет на начало 2012 года составила 70,2 млн человек. Результаты опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), проведенного 31 марта – 1 апреля 2012 года, подтверждают данные Минкомсвязи России [16]. Согласно их статистике, Интернетом пользуется 58% жителей России. По данным Федеральной службы государственной статистики России (Росстат), по состоянию на 01.01.2011, население страны составляло 143 млн человек, из которых дети до 15 лет – 22 млн человек. Таким образом, таблица может быть дополнена еще одной строчкой, подтверждающей нарастающую динамику развития сети Интернет в российском секторе.

Важным показателем оценки влияния информационного феномена на современное российское общество является возрастной диапазон его пользователей. Так, в соответствии с результатами опроса ВЦИОМ, проведенного в сентябре 2011 года, 70% самых активных пользователей «всемирной паутины» (те, кто пользуется Интернетом ежедневно) – это 18-24-летние граждане. Данная информация позволяет утверждать, что сетевые (Интернет) коммуникации наиболее популярны среди молодежи.

Вопрос о локализации в сетевой паутине наибольшего числа пользователей, т.е. самых популярных интернет-ресурсов, является важной задачей для определения вектора влияния сетевых источников информации на современное российское общество. По данным *Life Internet* [15], самым посещаемым сайтом

в Российской Федерации является социальная сеть Вконтакте (vk.com) – 67% всего трафика, следом за ней идет социальная сеть Одноклассники.ру – 64% от общего объема посещений внутри Рунета.

Приведенные выше статистические данные позволяют утверждать, что:

- больше половины жителей нашей страны постоянно используют Интернет;
- 70% от общего числа отечественных интернет-пользователей – молодежь;
- большая часть интернет-трафика приходится на социальные сети.

Главным выводом в данном случае может быть то, что наибольшее влияние на молодежь оказывает информация в социальных сетях. Явление активно набирает обороты со времени их запуска (2006 год) и по настоящий момент. Поэтому представляется очевидной связь между процессами трансформации социально-ценностных ориентаций современной молодежи и существенным влиянием на них информации внутри социальных сетей. Современные процессы также позволяют говорить о явлении «киберсоциализации», ставшем актуальным в рамках развития информационной цивилизации [10].

Поскольку основным социальным активом постиндустриального общества является молодежь, познающая мир в большей степени через средства массовой информации, коммуникации (СМИ, СМК) и социальные сети, то, руководствуясь заботой о будущем, следует более пристально анализировать информацию в Интернете.

Плюрализм форм собственности практически уничтожил ранее выстроенную систему «сквозных» ценностных установок, создав конфликт, как внутренний, так и межгрупповой, между отмирающей старой системой и плюрализмом установок индивидуальных, инициированных «социальной атомизацией». Бурным развитием сети Интернет ситуация не выправилась, а даже ухудшилась [11].

Информационная цивилизация дала обществу огромные объемы информации в достаточно понятной и легко воспринимаемой оболочке социальных сетей. Став легкодоступной, она перестала представлять ценность знания, поскольку усвоение, запоминание и применение отошло на второй план. В большинстве случаев носителем знаний стал источник хранения и обмена информацией, а не человек и книга. Набор инструментов и широкое распространение технологий, направленных на облегчение жизни потребителя, открыли недорогой, быстрый и наглядный способ обращения к знанию. При этом знание больше служит целям декларирования, а не усвоения, что, в свою очередь, «обленило» общество, привыкшее к легкому информационному доступу. Это создало почву для потоков дезинформации, обслуживающих задачи ее создателей. Без усвоенных знаний обращение к источнику посредством одних и тех же удобных инструментов больше не позволяет дифференцировать информацию от дезинформации и, соответственно, установить хотя бы фактологическую истинность интересующего объекта или события. Подобный эффект усиливается постмодернистской идеологией, которая де-факто провозглашает отсутствие истины как таковой.

В данной системе координат информация и дезинформация приравниваются и могут трактоваться по-разному, что ставит под сомнение само по себе знание, накопленное столетиями, веками прогресса и эволюционного пути развития человечества. Такой подход позволяет девальвировать ранее накопленные знания и заставляет молодых людей потреблять дезинформацию, что не способствует формированию системы позитивных ценностей. Человек, довольствующийся имитацией знаний, становится легко управляемым.

Таким образом, создается иллюзия развития и прогресса, а на деле – сползание молодежи до уровня «язычников», ведь окружающий мир оказывается сложным и непонятным. И если у индивида нет внутренних *информационных фильтров*, установленных на основании накопленных и усвоенных знаний, то любая коллективно поддерживаемая и распространяемая дезинформация воспринимается как истина.

Большинству современных молодых людей для объяснения окружающей действительности требуются простые, не апеллирующие к фундаментальным системным знаниям, трактовки событий и причин, их вызвавших. Язычники придумывали себе истуканов, наделенных определенными магическими свойствами, позволявшими объяснять явления природы и прочие жизненные события. Современная молодежь выбрала СМК в виде социальных сетей и цифровые СМИ на роль «жрецов», объясняющих окружающий мир и указывающих на виновников событий на понятном и доступном языке.

Если социальные сети как инструмент социокультурных коммуникаций молодежи не обретут на уровне государственного управления корректирующей и направляющей функции, то восстановить и модернизировать систему базовых позитивных ценностных установок молодежи не получится. Под корректирующей функцией понимается отнюдь не цензура, а лишь распространение информации-антагониста, направленной против потоков дезинформации, а также данных, формирующих позитивные ценностные установки и образы как государства, так социума и индивида. Ведь от того, какой ценностный потенциал будет сформирован, во многом зависит будущее состояние общества. Ценность социальна по своей природе и складывается лишь на уровне социальной общности.

#### Список литературы

1. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации. М., 1994.
2. Белл Д. Грядущее индустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М., 1999.
3. Егоров В. С. Человек информационный // Человек, наука, управление. М., 2000.
4. Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Институт психологии РАН, 2006.
5. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М., 2000.
6. Карпухин О. И. Молодежь России: особенности социализации и самоопределения // СОЦИС. 2000. № 3. С. 124-129.

7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.
8. Лисовский В. Т. Ценности жизни и культуры современной молодежи: социологическое исследование // Тугариновские чтения: материалы научной сессии. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2000. Вып. 1. С. 40-44.
9. Парсонс Т. Новые тенденции в структурно-функциональной теории // Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2002.
10. Плешаков В. А. Виртуальная социализация как современный аспект квазисоциализации личности // Проблемы педагогического образования: сборник научных статей / под ред. В. А. Сластёнина, Е. А. Левановой. М.: МПГУ – МОСПИ, 2005. Вып. 21. С. 48-49.
11. Ховалыг Д. В. Трансформация ценностных ориентаций российского общества в средствах массовой информации: автореф. дисс. ... к. полит. н. М., 2007.
12. [http://www.gramota.net/articles/issn\\_1993-5552\\_2010\\_1-2\\_40.pdf](http://www.gramota.net/articles/issn_1993-5552_2010_1-2_40.pdf)
13. [http://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-292X\\_2013\\_1-2\\_19.pdf](http://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2013_1-2_19.pdf)
14. <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>
15. <http://www.liveinternet.ru/rating/ru>
16. <http://www.wciom.ru/index.php?id=459&uid=112716>

## SOCIAL NETWORKS ROLE IN YOUTH'S VALUE TRANSFORMATIONS

Zamorskii Vladlen Valer'evich

Moscow State Technical University named after N. E. Bauman  
zamorsky@mail.ru

The author tells that information influence on youth's values is an actual direction of social-philosophical discourse, researches the process of the Russian youth's value guidelines transformation as affected by social networks, which gained rapid development with the Internet appearance, considers information as a value, shows the significance of social networks as the latest tool of communication among young people, and comes to the conclusion about the necessity of correctional informational influence on social networks in order to form youth's basic positive values.

*Key words and phrases:* values; youth; information; values transformation; Internet; social networks.

УДК 94(47).083

### Исторические науки и археология

*В статье раскрыты особенности формы одежды отдельных парходных обществ Российской империи в конце XIX века. Особое внимание автор акцентирует на решении вопроса единой формы одежды для моряков российского торгового флота. Рассматриваются общие положения принятых в Российской империи документов, регламентирующих обязательность ношения форменной одежды экипажами торговых судов. Делается вывод об унификации формы одежды в начале XX века в России в отношении всех моряков коммерческого флота.*

*Ключевые слова и фразы:* форма одежды; парходные предприятия; торговый флот; судовая команда.

Зуев Андрей Вячеславович, к.и.н.

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена  
univerandrey@mail.ru

## ФОРМА ОДЕЖДЫ МОРЯКОВ ТОРГОВОГО ФЛОТА РОССИЙСКОЙ ИМПЕРИИ®

К числу отличий, предоставляемых всем служащим на морских судах русского торгового флота, относилось право ношения особой форменной одежды. Однако такое право появилось у них только в начале XX века.

Во времена Петра I моряки торгового флота носили такую же форму, как и военные моряки. Это можно объяснить тем, что на торговых судах имелись пушки для защиты от нападения, и команде приходилось не только вести огонь из орудий, но и отражать нападение врага в рукопашном бою. Петровский «Морской устав» регламентировал форменную одежду торгового флота до 1781 года, когда Екатериной II был утвержден «Устав купеческого водохозяйства». Но и по этому указу судовые команды торгового флота продолжали носить форму, похожую на военную [11].

«Положение о гражданских мундирах» 1834 года вводило форму чиновников министерств, а на судах и в портах по-прежнему использовалась военно-морская форма. Единственным исключением можно считать «Российско-Американскую компанию», для которой в июле 1851 года Николаем I были утверждены образцы форменной одежды. Моряки, служившие на кораблях компании, не состояли в списках военно-морского флота и имели свою форму одежды [Там же]. Это была первая форма одежды для русских коммерческих моряков. Состояла она из фуражки темно-зеленого сукна с широким золотым галуном, офицерской кокардой и ремешком