

7. Трошин И.П. История развития скотоводства Западной Сибири: Труды. Новосибирск, 1969. Т. XXXV. – С.209.

8. Трушников В.А., Лобанова Т.В., Попова И.Ю. Животноводство Алтая (становление, развитие, современное состояние): Монография /В.А. Трушников, Т.В. Лобанова, И.Ю. Попова. - Барнаул: Изд – во АГАУ, 2005. – С.8-9.

Кириченко Е. С.,

Мезенцева Е. А.,

Галуза М. Н.

Россия, Барнаул

Алтайский государственный педагогический университет

ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТИТУТ ФОРМИРОВАНИЯ МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация

Молодежь является значимой частью общества, ведь именно от уровня духовного развития молодежи зависит последующее развитие и формирование социума. На плечах молодых людей лежит большая ответственность за будущее нашей страны, поэтому государство стремится оказать положительное влияние на формирование мировоззренческих ценностей современной молодежи.

Ключевые слова: интернет, мировоззренческие ценности, молодёжь.

В науке нет единого мнения касательно возрастных границ молодежи, как и нет общепризнанного определения молодежного возраста, поэтому мы будем основываться на данном определении: «Молодежь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных теми или другими социально-психологическими свойствами, которые определяются общественным строем, культурой, закономерностями социализации, воспитания данного общества, современные возрастные границы от 14-16 до 25-30 лет, доля в составе населения до 20 %» [3].

По мнению О. И. Белого необходимо «целесообразно выделять, по крайней мере, три подгруппы молодежи - от 14 до 18 лет, от 18 до 22-25 лет и от 25 до 30 лет»[1]. В данной статье мы будем рассматривать подгруппу молодежи от 18 до 22–25 лет.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что изучение формирования иерархии мировоззренческих ценностей молодежи способствует выявлению ценностей современного поколения. Более того, формирование

мировоззрения молодежи является на сегодняшний день одной из главных задач современного общества.

Под понятием «мировоззренческие ценности» мы понимаем ценности, которые выражают предельные основания человеческого бытия и соотносят человек и мир. Другими словами, это те жизненные ориентиры, которые формируют мировоззрение человека и его представление о картине мира.

Основные мировоззренческие ценности основываются на таких ключевых понятиях как жизнь и смерть, вечность и время. В детском и подростковом возрасте в сознание индивида начинает формироваться представление об этих ключевых понятиях. Ответственность за формирование мировоззрения человека на данном этапе взросления берут социальные институты – семья и государство, школа и церковь.

Рассмотрим теперь подгруппу молодежи от 18 до 22-25 лет, и попытаемся выяснить какие институты формирования мировоззренческих ценностей оказывают наибольшее влияние.

Прежде чем приступить к рассмотрению, нам необходимо обозначить психологическое состояние и особенности данной подгруппы. Наступление совершеннолетия соотносится с приходом кризиса юности (18–21 год). Этот кризис характеризуется переходом в самостоятельную жизнь, что несколько снижает влияние семьи как социального института. Кроме того, человек сталкивается с кризисом смысла жизни, его поиском в собственной жизни, что наталкивает молодых людей на обращение по этому вопросу к авторитетным источникам по психологии, религии и этике. О. Б. Дарвиш отмечает, что «происходит выстраивание системы личных нравственных, культурных, духовных ценностей» [2].

В связи с глобализацией общества, а в частности с появлением глобальной всемирной сети Интернет, важное влияние на формирование ценностей молодежи оказывают социальные сети – Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, а также Вконтакте (актуально для представителей молодежи России и стран СНГ). С появлением социальных сетей формируются новые взгляды на старые и привычные нам ценности – индивидуальность, творчество, свободу.

Особенность социальной сети как института формирования мировоззренческих ценностей заключается в выделенных нами следующих особенностях:

1. Мировоззренческие ценности молодежи могут формироваться представителями различных культур.

Мир социальных сетей диктует свои правила, но основной смысл этих правил может быть выражен в следующей формуле «уровень влияния прямо пропорционален уровню популярности». Чем выше уровень популярности того или иного пользователя социальной сети, тем большее влияние он оказывает на формирование мировоззренческих ценностей молодежи. Как уже было отмечено ранее, ценности обычного пользователя социальной сети могут быть

сформированы различными представителями национальностей и культур, что в свою очередь приводит к формированию глобального сознания.

2. Мировоззренческие ценности молодежи основываются на мировых тенденциях.

Социальные сети представляют возможность молодежи следить и выражать свое отношение с помощью комментариев и оценок (лайков и дизлайков) по поводу мировых тенденций во всех социальных сферах – в политике, религии и культуры, находясь в любой точке мира. Однако, некоторая часть тенденций направлена на разрушение традиционных мировоззренческих ценностей и несет в себе деструктивный характер.

Например, одной из таких опасных тенденций является пропаганда в социальных сетях отказа от рождения детей – «чайлдфри» (от английского *childfree* – свободный от детей, а также *childless by choice, voluntary childless* — добровольно бездетный). Кроме того, мы можем наблюдать повсеместное распространение людей, которые стремятся освободиться от гендерных стереотипов посредством пропаганды гомосексуализма или отказа от пола вообще (агендеры).

По нашему мнению, такой пример как добровольный отказ от рождения детей или пола является следствием изменения представления о свободе как одной из ключевой ценности. В современном понимании, под свободой подразумевается освобождение от социальных обязательств, финансовая и духовная независимость, что активно пропагандируется под названием *lifestyle* (стиль жизни).

3. Мировоззренческие ценности не несут системный характер.

Ввиду того, что мировоззренческие ценности в социальных сетях быстро сменяются и зачастую не имеют конкретных формулировок, то сознание молодого человека не может систематизировать и конкретизировать мировоззренческие ценности.

Причиной также может служить неустойчивость или несформированность системности мировоззрения личности, на которую ориентируется молодежь, ведь как правило, это медийная личность, которая относится к той же возрастной группе, что и её последователи (подписчики).

4. Мировоззренческие ценности могут быть созданы искусственно.

В силу того, что Интернет позволяет показывать лишь то, что хочет выставить пользователь, у молодежи снижается уровень ответственности за создаваемый контент. Кроме того, многие социальные сети косвенно предоставляют своим пользователям возможность обманывать других пользователей с помощью создания ложного образа, который не соотносится с реальной жизнью.

Наибольшую возможность для этого представляет такая социальная сеть как Instagram, пользователи которой показывают свою жизнь с помощью фотографий. В современном мире социальные сети становятся новой эффективной платформой для рекламы и пропаганды, чем активно пользуются продавцы, звезды, политики, религиозные деятели и многие другие.

На формирование мировоззрения молодежи влияют и СМИ, что не раз описывалось в научных трудах социологов и психологов. Однако, большинство информационных каналов и газет предпочитают вести собственные сайты, интернет-сообщества или аккаунты, чтобы увеличить охват аудитории. Таким образом, СМИ интегрируются в Интернет для того, чтобы удовлетворять потребности молодого поколения в новой информации.

Представители различных религиозных конфессий как мировых, так и локальных религий, также осознают необходимость осуществлять свою деятельность посредством всемирной сети. Кроме того, что современные пользователи могут ознакомиться с деятельностью различных религиозных организаций, создается целая пропаганда религиозного образа жизни, которая включает в себя распространение информации о святых, инструкции по проведению обрядов и ритуалов, советы по формированию семьи и семейного уклада, цитаты из священных книг и многое другое. В зависимости от социальной сети, данный контент может быть предоставлен как в виде статей (постов), так и в виде фото- и видеоматериалов.

Однако, в таком распространении религии через социальную сеть можно усмотреть и негативную сторону, а именно то, что социальные сети становятся платформой для вербовки в секты и экстремистские организации.

Представители террористических организаций активно используют Интернет-пространство для распространения своей идеологии и вербовки молодых людей по всему миру. Один из самых опасных методов на сегодня является вирусный маркетинг – продвижение вирусного контента (видео, статей, аудиозаписей) на основе популяризации экстремистских идей в социальных сетях.

В России этот метод обрел популярность в 2010-ых, но российская общественность обратилась к этой проблеме лишь в 2015 году, когда молодая студентка философского факультета МГУ, Варвара Караулова, совершила попытку побега в Сирию, с целью присоединения к ИГИЛ (запрещенной в России организацией).

Безусловно, что на сегодняшний день социальные сети оказывают огромное влияние на формирование мировоззрения человека, однако в этом есть и положительные стороны. Интернет становится новым социальным институтом, в котором люди всех возрастов, наций и культур могут взаимодействовать между собой.

Посещение социальной сети сопряжено с правом выбора, а это значит, что молодёжь может сама выбирать информацию и людей, которые оказывают прямое или косвенное влияние на формирование личности и мировоззрения. Однако, наша задача как представителей других социальных институтов – семьи, школы, религии, государства, заключается в том, чтобы научить молодёжь осуществлять отбор информации и делать правильный выбор. В конечном счете, мы все несем ответственность за формирование мировоззренческих ценностей современной молодежи.

Список литературы

1. Белый, О. И. Определение понятия молодежь [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://m.cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiya-molodezh>
2. Дарвиш, О. Б. Возрастная психология: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / под ред. В. Е. Ключко. – Москва: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003.
3. Прекуделы роста: доклад Римского клуба [Текст] / Д.Л. Медоуз, Дж. Рэндерс и др. – М., 1991.

Т.В. Лобанова
Россия, г. Барнаул
Алтайский государственный педагогический университет
Научный руководитель к.с.-х.н., доцент Афонина Р.Н.

ХОЗЯЙСТВЕННО-КУЛЬТУРНЫЙ ТИП СКОТОВОДОВ-КОЧЕВНИКОВ ГОРНОГО АЛТАЯ (VI-II вв. до н.э.)

Аннотация

Исследованные памятники Горного Алтая VI – II вв до н.э. объединены в рамках пазырыкской культуры, названной по раскопкам больших каменных курганов урочища Пазырык Улаганского района. Расселялись пазырыкцы по всей территории Горного Алтая. Занимались горно-алтайские племена преимущественно скотоводством. Подсобную роль играло земледелие, большой удельный вес в хозяйстве занимала охота. Пазырыкцев обычно называют подвижными скотоводами, о чем свидетельствуют многочисленные сопроводительные захоронения лошадей, большое количество находимых в древних памятниках изделий из овечьей шерсти, широкое использование шкур и кож домашних животных для шитья одежды и всякого рода бытовых поделок [1,с.413].

Ключевые слова: древность, скотоводство, культура, Горный Алтай, Пазырык, хозяйственный тип, подвижные скотоводы, перекочевки, стадо, ремесло, оседлость, земледелие, собственность, обмен.

Развитию скотоводческой отрасли хозяйства способствовала среда обитания. Смена различных растительных формаций на сравнительно небольших участках открывала возможности для содержания одновременно различных видов домашних животных. В хозяйстве горно-алтайского