

- спокойное отношение в случае незначительной агрессии (выражение понимания чувств, переключение внимания);
- акцентирование внимания на поступках, а не на личности;
- установление с обучающимися обратной связи;
- контроль над собственными негативными эмоциями.

Психологическое насилие, на наш взгляд, имеет место быть там, где данное явление может замалчиваться, не все педагоги и родители быстро и эффективно решают возникающие проблемы, находят правильные пути выхода из создавшихся ситуаций.

Таким образом, целенаправленная деятельность семьи, использование преподавателями эффективных методик будет способствовать снижению проявлений психологического насилия в молодежной среде в процессе обращения их к информационной паутине. Данную проблему очень сложно искоренить в короткие сроки, но если вплотную и в системе заниматься ею всем участникам образовательного процесса, то высока вероятность того, что повышение цифровой компетентности и знание правил безопасного поведения в Сети позволят снизить количество жертв этого негативного социального явления.

### **Литература**

1. Кныш, Т. Ф. Угрозы Сети: кибербуллинг / Т. Ф. Кныш // *Выхаванне і дадатковая адукацыя*, 2018. – №1. – С. 43–46.
2. Христович, В. А. Кибербуллинг: продолжаем обсуждение / В. А. Христович // *Здаровы лад жыцця*, 2016. – №12. – С. 3–7.
3. Гришаева, Н. А. Буллинг в школе / Н. А. Гришаева // *Психологические науки: теория и практика: материалы III междунар. науч. конф.; Москва, июнь 2015. – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 66–68.*

## **ДИНАМИКА ЦЕННОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**Варич В.Н.,**

Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь

Современное общество как особый тип социальности, формирующийся благодаря бурному росту средств массовой коммуникации, является предметом критического анализа с различных философско-методологических позиций. Представитель французской ветви постмодернизма Ж. Бодрийяр в своих работах «Экстаз коммуникации» и «Реквием по масс-медиа» указывает, что массовая коммуникация не может считаться коммуникацией как таковой, поскольку последняя всегда предполагает *обмен* информацией между двумя или более участниками, в то время как массовая коммуникация имеет одностороннюю направленность – от передающей инстанции к принимающей. Кроме этого, массовая коммуникация имеет обезличенный и обезличивающий характер, а ее повсеместное распространение посредством электронных носителей формирует особую форму существования общества – массу, в которой социальность как таковая практически перестает существовать. Поскольку коммуникация сменяется симуляцией коммуникации, из которой исключены амбивалентность, взаимодействие и антагонизм участников, постольку социальное пространство превращается в сферу симуляции, которую Бодрийяр называет гиперреальностью [см. 1; 2]

Формирование гиперреальности стало следствием ускоряющегося экстенсивного развития западной цивилизации, в ходе которого все возможные формы материального и духовного производства достигли высшей точки, после которой возможна только стагнация. Все конечные цели представляются достигнутыми, и если не называть

это состояние общества концом истории, как Фукуяма, то можно рассматривать его как нечто аморфное и не способное к дальнейшему развитию. Сформировавшееся массовое общество находится в состоянии перманентного предвосхищения любых возможных результатов и априорного знания всего, что может возникнуть в сознании или произойти в социальной реальности. По мысли Бодрийера, в таких условиях происходит фатальная переоценка ценностей – и даже не переоценка, а утрата ценностями своего смысла и предназначения.

В классификации ценностей мыслитель выделяет три фундаментальные формы: начальную стадию, когда существовали повседневные бытовые ценности, определяемые обычаями; рыночную стадию, когда ценности развивались согласно логике торговли и сами превратились в средство обмена; структурную стадию, когда ценности-символы определялись культурными кодексами и общественным сознанием. Бодрийер полагает, что в современном западном обществе ценности вступили в стадию бесконтрольной дифференциации, поэтому максимум того, что возможно в западной культуре, – это определение большей или меньшей вероятности ценностной значимости: «...каждая ценность или часть ее лишь мгновение сверкает на небосклоне лицедейства, а затем исчезает в пустоте, перемещаясь вдоль ломаной линии, редко соприкасающейся с траекториями других ценностей. Такова схема дробления – нынешняя схема нашей культуры» [3, 11]. Предметы, знания, символы и действия освобождаются от своей сущности и ценности, от своего происхождения и предназначения; все существующее продолжает функционировать, в то время как смысл существования давно исчез. На смену выраженной иерархии ценностей приходит «метастатический беспорядок», во всех областях социального бытия наблюдаются инверсии ценностей вплоть до полного их исчезновения, вместо генерации нового происходит бесконечное воспроизведение и симуляция.

В условиях массовой коммуникации происходит отчуждение социальных отношений от самих себя, и поэтому они развиваются внутри коммуникационных сетей, не выходя за их пределы. Такого рода коммуникация, по сути являющаяся непрерывной фикцией, сводит к минимуму реальные контакты ее участников, а предполагает лишь виртуальное согласованное взаимодействие. Стирание различий между участниками массовой коммуникации, ее нетранзитивность и необратимость ведут к тому, что субъект оказывается равнодушным и к собственной субъективности, и к отчуждению от самого себя. В интерактивной коммуникации, которая возможна благодаря различным электронным средствам связи, также не происходит обмена – она представляет собой своего рода гомеостаз, в котором отличия нивелируются. Для того, чтобы избежать полной гомогенизации пространства коммуникации, появляется «чудовищная метафора Другого» [см. 3, 191], которая компилирует все отличия, делающие его невыносимым в пространстве масс-медиа, но позволяющие включить его во всеобщий процесс диффузии ценностей и смыслов.

«Другой» в его радикальном проявлении оказывается невыносимым в пространстве масс-медиа, его нельзя уничтожить, но нельзя и принять, однако можно включить во всеобщий процесс диффузии ценностей и смыслов. Именно поэтому современный западный человек ориентирован не на познание самого себя, не на осознание направления собственного движения, не на веру в себя, а на размышлениях о пути «другого», на вере в тех, кто верит. Даже в науке «другой» как объект научного исследования постепенно исчезает (поглощается самим процессом исследования), поскольку обнаруживает свою изменчивость, обратимость, неуловимость и недетерминированность. Эти же качества демонстрирует и масса, как новая (и последняя, по Бодрийеру) форма социальности: ее «социальные атомы» выступают как безличный и аморфный исполнитель главной роли, неотступно следующий по политическому лабиринту, - такой исполнитель, которого невозможно ни распознать, ни назвать, ни указать. Массы более не заинтересованы в собственной субъек-

тивности, не верят в собственные качества, но зато обладают изворотливостью, позволяющей вершить поверхностные изменения, и объективным цинизмом в том, что касается смысла и сущности современной западной культуры.

Такой цинизм, с одной стороны, является своего рода рефлексией массы относительно самой себя, - настолько, насколько эта рефлексия вообще возможна применительно к гиперреальности. С другой стороны, он оказывает обратное коррозирующее действие на еще сохранившиеся системы ценностей и ценностные иерархии. В условиях почти тотального охвата подрастающего поколения социальными сетями и средствами мгновенных сообщений нарисованная Бодрийяром тридцать лет назад картина эрозии и метаэстатического дробления ценностей представляется еще более актуальной и тревожной.

### **Литература**

1. Бодрийяр, Ж. *Экстаз коммуникации* / Бодрийяр Ж // *Сборник статей [Электронный ресурс]*. Режим доступа: [https://www.e-reading.life/chapter.php/102670/12/Bodriiyyar\\_-\\_Sbornik\\_stateii.html](https://www.e-reading.life/chapter.php/102670/12/Bodriiyyar_-_Sbornik_stateii.html). - Дата доступа: 09.11.2019.
2. Бодрийяр, Ж. *Реквием по масс-медиа [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/82>. – Дата доступа: 09.11.2019.
3. Бодрийяр, Ж. *Прозрачность Зла*. – М.: Добросвет, 2000. – 258 с.

## **ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ**

**Климентьева И.А.,**

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

Глобальные изменения современного общества, связанные с применением компьютерных технологий и развития сети Интернет и виртуальной реальности вносят серьезные изменения во все сферы человеческой жизнедеятельности. Широкое внедрение компьютерных технологий способствует решению множества проблем, возникающих в обществе. Однако решение одних проблем способствует появлению новых. В связи с этим претерпевает изменения и ценностный мир человека, меняются ценностные приоритеты и установки. Расширение объема информационных потоков и их воздействия на сознание человека способствует формированию унифицированного мировоззрения. Знание нередко заменяется информацией, творчество потребительством, жизнь игрой, реальность виртуальностью. В жизни современного человека духовность начинает вытесняться прагматизмом и утилитаризмом, формируется культ удовлетворения естественных и материальных потребностей, доминируют индивидуалистические ценности. Все эти изменения оказывают огромное влияние на процесс социализации и формирование аксиологических приоритетов современной молодежи. Согласно проводимым социологическим исследованиям, как в Беларуси, так и в России и Украине, среди базовых ценностей молодежь, как правило, выделяет здоровье, семью, свободу, любовь, дружбу и общение, работу. Следует отметить, что социальный институт семья, такие феномены человеческой жизни как любовь, дружба, общение претерпели изменение в современном обществе и во многом этому способствовало развитие компьютерных технологий и сети Интернет. По прогнозу Национального научного фонда США, к 2020 году число пользователей сети Интернет составит в среднем 5 млрд., среди которых, наиболее активными являются молодые люди. Среди всех пользователей, 75% - это молодежь от 12 до 30 лет. Молодежь все больше отдает предпочтение не реальному, а виртуальному общению. В виртуальной реальности молодой человек чув-