

реальности формируется новая структура социальной жизни, с которой людям и массмедиа придется считаться. Поэтому сейчас мы наблюдаем процесс перехода к новой медиареальности, которая и строиться будет по-новому.

### Литература

1. Медиафилософия// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%8F>) /Дата доступа: 22.03.2021.

2. Савчук В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под. ред. В. В. Савчука. СПб. , 2008.

3. Чернышева И. В. Медиареальность: среда обитания или протез сознания // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации / под ред. В. В. Савчука и А. И. Иваненко. СПб. , 2010.

4. Погорелая Л.П. Негосударственные средства массовой информации как институт гражданского общества (теоретико-правовой аспект): автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Киев, 2015.

5. Визинг Л. Шесть ответов на вопрос “Что такое медиафилософия?” (пер. с нем. Д. Колесниковой) // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Серия Философия. 2010. № 3. Т. 2. С. 189–194.

УДК 101:313.472.4

### Философия социальных сетей

Стельмах Я.О., Жоголь Н.Н.

Белорусский национальный технический университет

Жизнь современного человека невозможно представить без использования последних достижений научно-технического прогресса. Век информационных технологий внёс свои коррективы не только в деятельность людей, но и в общение между ними. На сегодняшний день обмен информацией осуществляется как в реальной, так и в цифровой плоскости посредством, так называемых, социальных сетей, или

мессенджеров. Впервые о социальных сетях (в их современном значении) заговорили в 1995 г., когда американец Рэнди Конрадс создал Classmates.com – сайт, предназначенный для взаимного обмена школьными знаниями. Общество 90-х гг. не могло даже подумать, что всего через десяток лет на просторах «всемирной паутины» появится не один, а сотни подобных ресурсов, которые станут неотъемлемой частью жизни практически каждого современного человека.

Сейчас перед пользователями интернета открываются широкие возможности выбора средств обмена информацией. На просторах глобальной сети он может найти, как мессенджеры, предназначенные только для отправки и получения сообщений, так и социальные сети, обладающие широкими функциональными возможностями. Несмотря на своё разнообразие и многогранность, коммуникативные ресурсы сети интернет являются противоречивым феноменом, сочетающим в себе достоинства и недостатки.

Социальные сети объединяют людей из различных уголков земного шара и позволяют пользователям найти единомышленников в виртуальном мире. Жители всех континентов включены в процесс передачи информации посредством современных информационных технологий. Однако задача, с которой первоначально создавался такой проект, как интернет, наложила свой отпечаток на особенности общения людей посредством мессенджеров. Подобные ресурсы не обеспечивают передачи глубоких и искренних эмоций и чувств, являющихся одними из важнейших составляющих полноценного живого общения, так как связь в любой социальной сети предусматривает обмен лишь информацией.

Поэтому в большинстве случаев общение собеседников только в виртуальном мире без их живого взаимодействия приводит к исчезновению необходимости в дружбе. Как правило, заинтересованность собеседников в здоровье или внутренних переживаниях «виртуального друга» в основном не носит правдивый характер. В то же время социальные сети предоставляют возможность изменения социального статуса в общении для людей, которые в силу некоторых субъективных обстоятельств, не приспособлены к взаимодействию с окружающими в реальной жизни. Погружаясь в виртуальный мир, такие люди «словно начинают жить с нуля, переживая уникальные события, знакомясь с новыми собеседниками, а также поглощая ранее не виданный контент» [1].

Однако в большинстве случаев значительное замещение реального общения виртуальным приводит к обратному эффекту: человек становится более замкнутым и закрытым. Если в общем рассматривать сложившуюся на сегодняшний день ситуацию, то можно отметить, что уровень

непосредственного взаимодействия между людьми заметно ухудшился. Существование данного факта отмечает, и американский психолог Кортни Сейтер «С появлением социальных сетей мы стали более одинокими, отстранёнными и унылыми. Доказательства этому утверждению действительно существуют. Множество детей пытаются поскорее отделаться от насыщенной суеты, мечтая окунуться в мир виртуальных иллюзий. Однако социальные сети не меняют нашей человеческой сути, они деформируют само восприятие человеком жизни» [1].

Кроме того, постоянное нахождение пользователей в режиме онлайн приводит к нарушению режима дня. Безусловно, наша потребность в получении свежей и интересной информации является одним из важнейших элементов общества XX I века, да и социальные сети – прекрасная площадка для получения внимания и признания большого потока людей. Однако зачастую результатом нашего стремления не упустить важнейшие события на просторах коммуникативных ресурсов и получить желанные «лайки» и «комментарии» иногда становится недостаток времени для совершения важных и необходимых действий. Рассматриваемый факт и является одной из причин снижения работоспособности и сокращения непосредственного взаимодействия с окружающими людьми.

Помимо возможностей обмена информацией с людьми, социальные сети позволяют создавать пользователям собственные новости. На просторах коммуникативных ресурсов сети интернет индивид, приложив определённые усилия, может стать известным блогером, создателем творческого или информационного проекта, который привлечёт внимание сотен или даже миллионов людей. С одной стороны, такая возможность является эффективным способом решения некоторых проблем как личностного, так и социально значимого характера. Социальные сети зарекомендовали себя в качестве мощного инструмента в организации помощи тем, кто в ней нуждается: например, тяжелобольным людям или приютам для бездомных животных.

Существует ещё один аспект: социальные сети стали одним из главных инструментов формирования «общества потребления». Среди множества возможностей пользователи могут на просторах сайтов для общения также продвигать свои продукты, товары, услуги. В социальных сетях индивид не может уйти от агрессивного навязывания ему стереотипов потребления и искусственных «потребностей» [2]. Безусловно, мир маркетинга, PR и рекламы функционирует не только в социальных сетях, но и на телевидении, в бумажной прессе, по радио. Однако сейчас для маркетинга оформилась ещё одна дополнительная платформа для привлечения потенциальной клиентуры.

Таким образом, социальные сети, с одной стороны, расширили горизонты общения между людьми и открыли широкие возможности для общественной самоорганизации и прогресса. Но, с другой стороны, человек в некоторой мере стёр линию пересечения реального и виртуального миров, что сделало его заложником собственного изобретения.

### Литература

1. Маркова Т.В., Щербатых Д.А. Философия социальных сетей [Электронный ресурс] / Т.В. Маркова // Интерактивная наука. – 2018. - № 4. – Режим доступа: [https://interactive-science.media/ru/action/503/action\\_articles/27889](https://interactive-science.media/ru/action/503/action_articles/27889). – Дата доступа: 28.03.2021.
2. Философия социальных сетей [Электронный ресурс] // Livejournal. – Режим доступа: <https://paradoxov.livejournal.com/213636.html>. Дата доступа: 25.03.2021.

УДК 316.346.32-053.81

### Поколение Z: особенности и проблемы

Дигаленя И.К., Дождикова Р.Н.

Белорусский национальный технический университет

Поколение Z включает в себя молодых людей в возрасте от 13 до 20 лет. Взросление со смартфоном в руках приучило их ожидать информацию и развлечения по первому требованию, мгновенно и наглядно на экране гаджета. Это привело к формированию зависимости от интернета, социальных сетей и виртуальных игр, т.е. к аддиктивному поведению.

Выборка, позволяющая включить в поколения Z выпускников вузов, показывает, что 41% студентов незакончивают учебу. Несмотря на сопутствующий им материальный успех, они мало выросли в критическом аналитическом мышлении, у них произошла деформация языка, мышления и навыков письменной речи.

Последняя оценка качества обучения в вузах США показала, что 4 из 10 выпускников набрали «ниже уровня порога», лишь 38% представителей поколения Z считают, что университет дал им хорошую базу для работы [1]. Поколение Z научилось презирать бизнес, но