

возрастающих глобальных проблем, с которыми никакая отдельная цивилизация не могла бы справиться изолированно. Диалог является историческим императивом для выживания всего человечества.

УДК 159.922.7

**ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ПРОТИВОПОЛОЖНОГО ПОЛА
КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН
СОСНОВСКИЙ Н., студент**

Научный руководитель **КУЗНЕЦОВА М.В.**, ст. преподаватель, магистр социологии

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

Гендерные характеристики отношений всегда были предметом исследовательского интереса, хотя степень их изученности значительно меньше, чем уровень интереса к ним. Привлекательность противоположного пола в студенческом возрасте можно рассматривать с позиции двух теорий: биологической (природной) и социальной (культурной).

В качестве объекта исследования выступили студентки УО ВГАВМ, девушки в возрасте от 18 до 23 лет. Предметом исследования стали показатели привлекательности противоположного пола. Опираясь на существующие подходы к исследованию по данному вопросу, мы провели собственное исследование привлекательности противоположного пола как важного социально-психологического феномена в построении межличностных отношений. Влияние культурного, культурно-ролевого, естественно-ролевого, естественно-биологического факторов на привлекательность мужчин для девушек студенческого возраста изучалось с помощью метода закрытого анкетирования. В целом, выделенные факторы подтвердили идею о том, что в привлекательности противоположного пола взаимодействуют сигналы-стимулы биосоциального характера. В соответствии с существующими данными исследований можно утверждать, что устойчивое гендерное поведение, включая восприятие противоположного пола, формируется к семи годам, и с этого периода сохраняется в качестве индивидуального инварианта.

Проведенные исследования привлекательности противоположного пола, с учетом существующих подходов к познанию рассматриваемого феномена, позволили не только подтвердить обусловленность выбора противоположного пола (его привлекательности), но и отметить ряд важных конкретных моментов такого выбора. Так, имидж необходим, по высказываниям респондентов, для появления в обществе, физические данные рассматриваются как условие легкого флирта, совместимость идеалов усиливала романтическую влюбленность, а гармония ценностей была необходима для превращения отношений в длительные.

Таким образом, полученные в ходе исследования данные по феномену привлекательности противоположного пола раскрывают более сложную по

социально-психологическому содержанию обусловленность «выбора», а потому и его роль в построении и развитии межличностных отношений.

УДК 1(075)

КОММУНИКАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

СТАРОДЫНОВ А.М., студент

Научный руководитель **КЛИМЕНТЬЕВА И.А.**, старший преподаватель

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

Об информационном обществе писали такие мыслители как Д. Белл, А. Турен, Э. Тоффлер, П. Дракер, З. Бжезинский, Й. Масуда. Это общество, где определяющим фактором общественной жизни является научное знание, а главным социальным институтом становится университет как центр производства, переработки и накопления знания. Уровень знаний, а не собственность, становятся определяющим фактором социальной дифференциации, привилегированный слой образуют информированные люди.

Благодаря Интернету эффективность и скорость коммуникации происходят быстрее, чем могут осмыслить аналитики. Информации в современном мире много, она играет колоссальную роль, но это не значит, что в современном обществе знание – сила. В современную эпоху нужно четко различать сообщение (или послание), интерпретацию (или восприятие) и коммуникацию.

Сообщение (message) – это «вещь», то есть передаваемый продукт интеллектуальной деятельности. Интерпретация – это «мысль», то есть приобретаемое знание. Коммуникация – это лишь операция передачи, трансляции. Но в современном нам обществе именно эта операция трансляции – определяющее, доминирующее звено в триаде сообщение-коммуникация-интерпретация. Тиражирование интеллектуального продукта, передача сведений о нем посредством печатных изданий, телеграфа, радио, телевидения, лекций и семинаров в рамках системы всеобщего образования, а теперь еще и сети Internet – вот что коренным образом отличает современное общество как информационное.

Итак, информация – это коммуникация, операция трансляции символов, побуждающая к действию. Если определять информацию таким образом, то становится понятным, почему главным феноменом компьютерной революции стал Internet, а не гигантские электронные банки данных или искусственный интеллект. В глобальной сети Internet не создается никакого знания, но зато многократно увеличиваются возможности осуществления коммуникаций. Не в знании и не в его передаче, а в коммуникации, в создании привлекательных образов сила современного бизнесмена, политика, ученого, художника, эксперта. Информационное общество, таким образом, оказывается фантомом постиндустриальной эпохи.