



Ольга Николаевна Касперович-Рынкевич

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь, Минск)

kasp-olga@ya.ru

МЕДИАОБРАЗОВАННОСТЬ БЕЛОРУССКИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z

В публикации представлены результаты исследования медиапотребления белорусской молодежи в возрасте до 18 лет. Приведены выводы относительно медиаобразованности белорусской молодежи: она активно пользуется социальными медиа, при этом обдуманно подходит к выбору той или иной социальной сети, поиску информации в массмедиа.

Ключевые слова: журналистика, искусственный интеллект, массмедиа, медиаобразованность, социальные медиа.

Современная молодежь, как обладатель дискретного мышления [3], находится в цифровом медиапространстве постоянно: потребление бытийной информации, обучение, досуг [2]. Российский исследователь И. В. Жилавская отмечала, что «не уровень знания, а характер отношения к информации становится основанием нового социального неравенства, и медиаобразование в этом контексте не может не отреагировать на эти изменения» [1: 33].

С целью выявить особенности медиаобразованности белорусской молодежи был проведен онлайн-опрос представителей поколения Z в возрасте до 18 лет. Всего было получено 78 анкет со всей страны. Большинство опрошенных относятся к возрастной группе 14–18 лет (97,4%). Среди опрошенных 17% — это представители мужского пола, 83% — женского. Большинство респондентов (72%) не работают в журналистике, сфере рекламы, PR, копирайтинга или SMM.

Исследование показало, что чаще всего молодежь использует социальные сети Tik Tok — 18 упоминаний, ВКонтакте — 39, Instagram* (организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации) — 30. Соцсеть Tik Tok чаще выбирают для просмотра видео, ВКонтакте — для общения с друзьями, Instagram*¹ — для просмотра сторис.

На вопрос «Почему данная социальная сеть стала для вас наиболее значимой в использовании?» критерий безопасности, которую может гарантировать социальное медиа при его использовании, выбрали всего 4 респондента. По одному опрошенному считают безопасными социальную сеть ВКонтакте и мессенджер Telegram, 2 голоса у социальной сети Instagram*.

¹ Организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации.

Социальная сеть ВКонтакте отвечает требованиям безопасности, так считают 17 респондентов, ещё 19 опрошенных назвали данную сеть небезопасной. По мнению 19 респондентов Instagram* является безопасной соцсетью, по мнению 11 респондентов — небезопасной. Относительно Tik Tok 18 опрошенных считают, что данная социальная сеть отвечает требованиям безопасности, 5 — что не отвечает. По данному вопросу сумма ответов не достигает 78, так как можно было выбрать и другие варианты характеристики социальных медиа.

Большинство опрошенных молодых людей (83%) считают, что разнообразие социальных медиа позволяет выбрать для себя наиболее подходящий вариант. 23% респондентов сходятся во мнении, что наличие большого количества социальных медиа ставит под угрозу безопасность пользователя, его контактов и личных данных. Ещё 14% ответов иллюстрируют, что наличие большого количества социальных медиа отнимает время на поиск нужного ресурса / ведение аккаунтов на нескольких сайтах (приложениях). 9% респондентов выбрали также вариант ответа «ведет к расслоению между различными социальными группами (возраст, статус, материальное положение и т.д.)».

Среди критериев, которые наиболее важны при поиске и потреблении информации, респонденты отметили оригинальность материала (32% ответов), грамотный язык публикации / видео / аудиозаписи (24%), наличие ссылок на авторитетные источники (22%), наличие указанного авторства (13%), принадлежность автора к сфере журналистики или наличие у него соответствующего (журналистского, филологического или другого специального) образования или опыта работы (10%), отсутствие мнения автора при повествовании (9%), наличие визуализации материала (8%).

Сфера массмедиа развивается, и на сегодня существует множество технологий, которые основаны на работе алгоритмов, приближенных к искусственному интеллекту. Наш опрос показал, что молодёжь в возрасте до 18 лет в повседневной жизни пользуется чат-ботами (10% ответов), голосовыми помощниками (18%), возможностями распознавания лица для разблокировки устройства или использования биометрических характеристик (18%).

Проведенное исследование позволяет утверждать, что белорусская молодёжь в возрасте до 18 лет при изучении информации учитывает критерии о

ригинальности и грамотности журналистских материалов, авторитетности источников информации. В обилии социальных медиа молодое поколение видит не только положительные стороны, но и риски, что свидетельствует о высоком уровне медиаобразованности молодёжи. Также молодые люди открыты к использованию инноваций.

Литература

1. Жилавская И. В. Медиаобразование молодёжи. М., 2013.
2. Касперович-Рынкевич О. Н. Информационное потребление младших представителей поколения Z Беларуси // Журналистыка-2019: стан, праблемы і перспектывы. Мінск, 2020. С. 26–28.
3. Хворова В. А. «Поколение Z» как культурный феномен современного медиапространства // Культура в фокусе научных парадигм. 2020. С. 361–364.