

2. Горбунова, Е. А. Инновационное управление творческим потенциалом персонала предприятия / Е. А. Горбунова // Институт бизнеса и права [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ibl.ru/konf/180413/innovacionnoe-upravlenie-tvorcheskim-potencialom.html>. – Дата доступа 18.01.2016.
3. Дятлов, С. А. Основы теории человеческого капитала / С. А. Дятлов. – СПб.: СПбУЭФ, 2004. – 469 с.
4. Капелюшников, Р. И. Концепция человеческого капитала. Критика современной буржуазной политической экономии / Р. И. Капелюшников. – М.: Наука, 2007. – 462 с.

Ольга Дубровская

Белорусский государственный университет

МЕДИААКТИВНОСТЬ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ: ОТ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ К ИНФОРМАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Современный этап развития коммуникации обусловлен наступлением эры глобализации. Идеи глобального партнерства выдвигают на первый план индивида, обладающего планетарным мышлением и универсальным миропониманием. Личность XXI века изучает новые технологии, взаимодействует с широким кругом лиц, владеет иностранными языками. Новая действительность меняет наше сознание, образ жизни, коммуникационную и социальную парадигму. Возрастная специфика медиапотребления такова, что основной канал получения информации для взрослого населения – телевизор. Старшее поколение, выросшее в СССР, привыкло к потреблению информации именно через телевидение, так как «почти однозначно воспринимается психикой индивида как информация правильная, одобренная «политикой партии и правительства». Феномен различия профилей медиапотребления, демонстрируемых представителями разных поколений, подробно рассмотрен экспертами. «Как следствие, разные социальные группы имеют разные приоритеты. Если старшее поколение успешно осваивает многоканальное телевидение, то молодежь тяготеет к интернету» [2, с 61]. Рассматривая весь спектр современных медиа, можно отметить, что на первое место выходит интернет. Телевизионная активность проигрывает всемирной сети из-за направленности исключительно на потребление контента, отсутствия интерактивности, однообразной повестки дня. Программные продукты, предлагаемые интернетом, формируют у молодежи по сути социальную среду, которая существует в виртуальной

форме. Именно здесь молодые люди более всего проявляют медиаактивность, для них она становится универсальным средством выражения своего «Я». Имеются в виду личные страницы в социальных сетях, размещение фотографий и видеосюжетов, обновление статусов и комментариев, чтение новостей и комментирование, участие в опросах, тестирование, онлайн-игры и т. п.

По данным выборочного обследования домашних хозяйств по уровню жизни Национального статистического комитета, доля домашних хозяйств, имеющих персональные компьютеры, в 2015 г. составила 63,1 %. Для сравнения, в 2013 г. этот показатель был равен 48,3 %. Сегодня в нашей стране услугами сети интернет пользуются 62,2% населения. При этом 93,1 % пользователей входят в интернет через проводную сеть или Wi-Fi дома, 49,4 % – используют мобильный интернет. Чаще всего к услугам сети пользователи обращаются с целью поиска информации (92,5 %), для просмотра и скачивания фильмов, прослушивания и скачивания музыки (78 %), для общения в социальных сетях (74,3 %).

Следовательно, медиаповедение современной молодежной аудитории не сводится к сухому медиапотреблению. Неотъемлемой частью существования в интернет-среде становятся открытые интерактивные дискуссии по различного рода социальным проблемам. Особую популярность в информационном пространстве приобретают разделы самодеятельных фото- и видеорепортеров. Сегодня достаточно приобрести фото- и видеокамеру, установить несложное оборудование, чтобы в домашних условиях создавать хорошего уровня визуальный контент. Проявлением нового медиаповедения можно считать информальную журналистику. Информальная (гражданская) журналистика – самодеятельное творчество непрофессиональных авторов по созданию массового информационного продукта, которое носит неформальный, внеэкономический, социальный характер и рождается из коммуникаций с другими людьми. Этот процесс происходит вне рамок формальных медиаорганизаций, результатом информального медиаповедения индивида становится информальная нежурналистика. К ней можно отнести практически всю блогосферу, за исключением блогов профессиональных журналистов, бесчисленное множество постов непрофессиональных авторов, комментариев, твиттов, SMS-сообщений и других форматов медиатекстов.

Сегодня в моде проявление осознанного медиаповедения. Осознанное медиаповедение проявляет молодежная аудитория, имеющая достаточно высокий уровень медиаинформационной грамотности и

способная критически отнестись к контенту, который ей предлагает медиасреда. Под влиянием раннего полового созревания, позднего вхождения в экономические отношения, социального расслоения, обучения в течение всей жизни мы можем наблюдать дивергенцию медиаповедения. Дивергенция – от средневекового лат. *divergo* – отклоняюсь или *divergege* – обнаруживать расхождение. В информационном обществе, где, казалось бы, информационные потоки создают плотную медиаинформационную среду, формируются локальные группы, которые между собой никак не пересекаются. И эта стратификация особенно остро ощущается в молодежной среде, где различный характер обращения к медиа порождает различные виды медиаповедения.

К примеру, такие представители молодежной культуры, как хипстеры, могут часами увлеченно обсуждать новинки техники или артхаусное кино, для них важны некоммерческие вещи, непотребительский образ жизни, внешняя и внутренняя свобода. Они разбираются в перспективных течениях в музыке, как правило, владеют каким-нибудь музыкальным инструментом. Хипстеры – медийные люди, их интересуют виниловые пластинки, выставки, модные журналы о городской культуре. К хипстерам тесно примыкает целый класс современной творческой молодежи, демонстрирующей многочисленные примеры осознанного медиаповедения.

Главной площадкой для высказывания мнений и суждений молодежи XXI в. становятся новые медиа. Новые СМИ, или новые медиа (англ. *new media*), – термин, который используется для обозначения интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями. Этим же словосочетанием обозначают процесс развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Конвергенция мультимедийных возможностей стала особенностью этого вида медиа. Более того, на текущий момент новые медиа становятся не просто площадкой, интересной потребителям контента, но и цифровым пространством для создания нового содержания. Привычная и вроде бы очевидная граница между производителями медиасообщений и их потребителями стала стираться.

Таким образом, жизненно необходимо, на наш взгляд, используя весь потенциал образовательного пространства, планомерно «воспитывать» информационную культуру, что позволит повысить осознанность восприятия и критичность оценивания широкого ассортимента медиапродукции [1, с. 47–50]. Ряд современных ученых придерживается взглядов образовательной парадигмы. Согласно им медиа являются искусствен-

но созданной человеком сферой, которая в силу каких-то причин иногда выходит из-под контроля и тем самым наносит ущерб индивидам, не умеющим эффективно использовать медийные инструменты.

Литература

1. Баева, И. А. Психологическая безопасность среды: условие активной работы и направление научных исследований / И. А. Баева // Вестн. практ. психологии образования. – 2007. – № 4 (13). – С. 47–50.
2. Коломиец, В. П. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе / В. П. Коломиец // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 61.

Наталля Зубчонак

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

СУЧАСНЫЯ КАШТОЎНАСЦІ Ў ФІЛАСОФСКОЙ ДУМЦЫ ХХ ст.

Жыццё сучаснага чалавека праходзіць у складаных умовах тэхналагічнага прагрэсу, эканамічнага крызісу, напружанай геапалітычнай сітуацыі. На гэтым фоне адбываецца пераацэнка каштоўнасцей, у прыватнасці агульначалавечых. Прадстаўнікі навукі, культуры, вядомыя грамадскія дзеячы ўсё часцей звяртаюцца да катэгорыі грамадскай маралі. Прычына сучаснага крызісу бачыцца ў страце каштоўнасных прынцыпаў, адыходзе ад этычных нормаў. Сёння грамадства перажывае не толькі эканамічны крызіс, але і духоўны, наступствы і маштабы якога могуць аказацца вельмі небяспечнымі для яго далейшага развіцця.

На ўзроўні дзяржавы толькі ў апошнія гады распрацаваны і прыняты шэраг праграм, накіраваных на падтрымку інстытута сям'і, школы, патрыятычнае выхаванне, развіццё нацыянальнай культуры і інш. Так, асновы маральна-этычнага станаўлення і выхавання асобы закладзены ў аснову Дзяржаўных праграм на 2016–2020 гг. («Здароўе народа і дэмаграфічная бяспека», «Адукацыя і маладзёжная палітыка», «Культура Беларусі»). У змесце кожнага такога дакумента адлюстравана каштоўная ідэя, якая павінна дапамагчы пазбегнуць разбурэння афіцыйнай дзяржаўнай ідэалогіі, страты духоўных і этычных ідэалаў, нацыянальнай самаідэнтыфікацыі. Сучасны чалавек, сапраўды, адчувае дэфіцыт сапраўдных этычных адносін, адказнасці за свае ўчынкi, разумення праблем іншых людзей. Такім чынам, зварот да пытанняў сутнасці этыкі і маралі даволі актуальны.