

главной из которых была идеологическая, что, несомненно, повлияло на особенности нового вида творческой деятельности, возникшей на страницах белорусской печати. В 20-х гг. XX в. в газете «Звезда», начиная с кинообъявлений и небольших заметок, постепенно создавался констатационно-оценочный вид кинокритического творчества.

Литература

1. Быховский, Б. 80000 верст под водою // Звезда, 1923, 4 февраля.
2. В. В. О «Лесной были» // Звезда, 1926, 25 декабря.
3. Д. Манящие огни // Звезда, 1926, 28 октября.
4. Д. Корсар Пьетро // Звезда, 1926, 25 ноября.
5. Д-в. Одна ночь // Звезда, 1926, 17 декабря.
6. Зоркая, Н. М. На рубеже столетий: – Н. М. Зоркая «Наука», 1976.
7. Литвинов, Лев. Призрак бродит по Европе // Звезда, 1923, 9 марта.
8. Лилин, Вл. Первый производственный опыт Белгоскино // Звезда, 1925, 17 декабря.
9. Лилин. Доротти Вернон // Звезда, 1926, 10 июля.
10. Лілін, У. «Лясная быль»: Першая беларускаяфільма // Савецкая Беларусь, 1926, 29 снежня.
11. Л. Б. Стэнлей в дебрях Африки // Звезда, 1925, 11 декабря.
12. Л. Вл. Шах и мат // Звезда, 1925, 18 декабря.
13. Успенский, В. Пусть это станет традицией // Звезда, 1923, 28 ноября.
14. Херсонский, Хрисанф. Критика или крытика? // Звезда, 1923, 16 января

Павел Салаўёў

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

МЕДЫЯАДУКАЦЫЯ І МЕДЫЯГРАМАТНАСЦЬ У СУЧАСНЫМ ІНФАРМАЦЫЙНЫМ ГРАМАДСТВЕ

Сучаснае інфармацыйнае грамадства знаходзіцца ў працэсе пастаянай змены і трансфармацыі інфармацыйных парадыгмаў, дзе ўсё большае значэнне набывае мадэль, якая характарызуецца большым уплывам асяроддзя чалавека на фарміраванне яго штодзённай інфармацыйнай карціны свету. Кола сяброў і знаёмых у сацыяльных сетках з’яўляецца цяпер тым самым галоўным рэдактарам, які адбірае для нас навіны і вырашае, на што нам звярнуць увагу. Калі раней гэта рабілі выключна прафесіяналы ў сферы медыя, то зараз гэта робіць наша асяроддзе – усё, чым мы дзелімся з сябрамі ў сацыяльных сетках, становіцца публічнай масавай інфармацыяй і працягвае сваё існаванне ўжо незалежна ад нас. Кожны чалавек становіцца свайго роду сродкам масавай інфармацыі,

уплываючы на сваё асяроддзе і сам, у сваю чаргу, трапляючы пад яго ўплыў. А гэта азначае, што ўменні і навыкі медыяграмацкі з’яўляюцца неад’емнай часткай багажу кампетэнцый сучаснага чалавека і павінны станавіцца прадметам пільнай увагі педагогаў, а медыяадукацыя цалкам можа развіцца ў якасці самастойнага і паўнацэннага напрамку ў рэчышчы педагогікі.

Пры гэтым асабліваю важнасць набываюць уменні крытычнага ўспрымання і аналізу таго вялізнага масіву інфармацыі, з якім сутыкаецца чалавек кожны дзень. Калі раней за гэта адказвалі спецыяльна навучаныя людзі з прафесійнай адукацыяй – рэдактары і журналісты СМІ, то зараз такімі кампетэнцыямі павінен валодаць абсалютна кожны член сацыуму з самага ранняга ўзросту. Новае пакаленне, што пачало выкарыстоўваць лічбавыя тэхналогіі ледзь не з самага нараджэння, тыя самыя «Digital Natives» або «лічбавыя абарыгены», Screenagers, пакаленне Z, як ніхто іншы маюць патрэбу ва ўменнях правяраць крыніцы інфармацыі (адрозніваць аўтарытэтныя і неаўтарытэтныя крыніцы); крытычна ўспрымаць інфармацыю, якая заходзіла са, здавалася б, надзейнай крыніцы; адэкватна ацэньваць інфармацыю і правяраць яе дакладнасць; адрозніваць інфармацыю ад маніпуляцыі, ісціну ад хлусні. Увесь комплекс такіх кампетэнцый і можна назваць медыяграмаццю (media literacy), а комплекс мер, накіраваных на яе развіццё – медыяадукацыяй (media education).

Важным кампанентам медыяадукацыі варта лічыць і фарміраванне адказнага падыходу ў сучаснага чалавека адносна яго персанальнага «лічбавага следу»: усёй сукупнасці інфармацыі пра чалавека, якая ў эпоху татальнага пранікнення інфармацыйных тэхналогій альбо знаходзіцца ў адкрытым доступе, альбо можа быць даступная ў будучыні. У склад кампетэнцый медыяграмацкі варта ўключаць і ўсведамленне таго, што любое слова, сказанае ў каментарыях, апублікаванае ў якасці статусу ў сацыяльных сетках, любая фатаграфія, загрузаная ў віртуальнае сховішча ці ў альбом у сацыяльнай сетцы, становяцца часткай «лічбавага следу» чалавека, становяцца часткай яго лічбавай рэпутацыі. Ужо цяпер большасць працадаўцаў пры прыёме на працу новага супрацоўніка абавязкова правяраюць яго ці яе профілі ў сацыяльных сетках. І чым больш адказную пасаду займае чалавек, тым больш дэтальнымі і дбайнымі становяцца такія праверкі. Прычым, чым раней будуць закладзены асновы адказных адносін да ўласнай лічбавай рэпутацыі, тым з меншымі негатывымі наступствамі потым прыйдзецца сутыкнуцца маладым людзям, якія ў падлеткавым узросце не бачаць нічога небяспечнага ў кантэнце, якім яны актыўна дзеляцца з сябрамі

(фота, статусы, каментары), але які можа ў далейшым стаць кампраметуючым фактарам. Ужо цяпер нярэдка скандалы ў публічнай медыясферы, калі таго ці іншага чыноўніка крытыкуюць за непрыстойныя (напрыклад, пляжныя) фатаграфіі ў асабістым профілі ў сацыяльных сетках. Прадметам дыскусіі ў тых самых сацыяльных сетках становяцца каментары афіцыйных асобаў, якія тыя зрабілі да якіх-небудзь пастоў, абмяркоўваюцца нават «лайкі», якія тыя паставілі ці не паставілі пэўным публікацыям. Ужо цяпер з'яўляюцца кампаніі, якія прапануюць паслугі «выпраўлення» лічбавай рэпутацыі, гатовы за пэўную плату выдаліць або мінімізаваць бачнасць негатыўнай інфармацыі пра чалавека ў інтэрнэце. Як следства, адной з асноўных задач медыяадукацыі, такім чынам, з'яўляецца неабходнасць данесці да кожнага члена грамадства важнасць адказнага падыходу да фарміравання ўласнай рэпутацыі ў лічбавым свеце, усведамленне таго, што ўсё сказанае ў публічнай лічбавай сферы нікуды не знікне і застанецца ў агульным доступе, а пасля можа стаць кампраметуючай акалічнасцю.

У тэрміналагічным плане поле паняцця медыяграматнасці знаходзіцца толькі на этапе свайго станаўлення. Як адзначае А. В. Фёдараў, часта як сінонімы выкарыстоўваюцца такія найбольш распаўсюджаныя тэрміны, як «медыякультура», «медыйная культура», «інфармацыйная культура», «аўдыёвізуальная культура», «медыяграматнасць», «інфармацыйная грамаатнасць», «аўдыёвізуальная грамаатнасць», «медыяадукаванасць», «інфармацыйная адукаванасць», «аўдыёвізуальная адукаванасць», «камп'ютарная грамаатнасць», «мультымедыйная грамаатнасць», «інфармацыйная кампетэнтнасць», «інфармацыйная кампетэнцыя», «медыякампетэнтнасць», «медыйная кампетэнтнасць», «аўдыёвізуальная кампетэнтнасць», «аўдыёвізуальная кампетэнцыя», «медыякампетэнцыя» і інш. [1].

Пытанні медыяграматнасці і медыяадукацыі з'яўляюцца сёння адной з найбольш актуальных тэм як у сферы грамадскага абмеркавання, так і ў навуковых даследаваннях. Медыяадукацыя – мнагамернае паняцце, якое ўключае ў сябе кагнітыўны аспект, фактар паводзін, эмацыйны, фізіялагічны, маральны, эстэтычны і інш. аспекты. У. Дж. Потэр, у прыватнасці, сцвярджае, што пры правільных намаганнях з боку медыяпедагогаў магчыма стварэнне ўмоў для развіцця медыяграматнасці, якая не толькі дапаможа «пераадолець негатыўны эфект, што ствараюць медыя, але і дасць магчымасць узмацніць пазітыўны ўплыў медыя» [2, р. 690]. У працэсе навучання важна змяніць кліпавае, фрагментарнае ўспрыманне рэальнасці, характэрнае для сучасных школьнікаў, перайсці да цэласнай сістэмы ведаў, элементы якой

узаемазвязаны і ўзаемаабумоўлены [3, с. 89]. У сучасную лічбавую эпоху, калі кожны чалавек становіцца сваім уласным сродкам масавай інфармацыі, трапляе пад уплыў свайго ўласнага акружэння, сам уплывае на гэта асяроддзе і можа ўплываць на глабальную медыйную прастору, на першы план выходзіць менавіта парадыгма медыяграматнасці, а медыяадукацыя мае істотны патэнцыял для развіцця ў якасці самастойнага і паўнацэннага напрамку педагогікі – медыяпедагогікі.

Літаратура

1. Федоров, А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям / А. В. Федоров // *Пси-фактор [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/fedorov14.htm>. – Дата доступа: 1.06.2017.
2. Potter, W. James. The State of Media Literacy / W. James Potter // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. – 2010. – 54(4). – P. 675–696.
3. Галынский, В. М. Трансформация традиционных форм обучения в современном университете: на пути к онлайн-педагогике и открытому обучению / В. М. Галынский, П. Л. Соловьев // *Университет в современном обществе: БГУ в стране и мире / С. В. Абламейко [и др.]; под общ. ред. С. В. Абламейко*. – Минск: БГУ, 2015. – С. 87–95.

Вольга Самусевіч

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

КАНЦЭПТУАЛІЗАЦЫЯ МЕДЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ НАВІНАВАГА ПАРТАЛА «СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ» І ПАРТАЛА ВЫДАВЕЦКАГА ДОМА «ЗВЯЗДА»

Ва ўмовах сучаснай сацыякультурнай і палітычнай сітуацыі ўзнікае інтэлектуальная патрэба ў канцэптуальнай публіцыстыцы, вызначэнні новых жыццёвых прыярытэтаў, пераасэнсаванні многіх з’яў рэчаіснасці, пераглядзе праз прызму канцэптаў медыятэксту стаўлення да нацыянальных і агульначалавечых каштоўнасцей.

Журналістыка ў сучасным грамадстве выконвае асаблівую, сацыяльную функцыю. Яна з’яўляецца пасрэднікам, «медыятарам» паміж уладай і грамадствам. Як справядліва адзначаюць шматлікія навукоўцы, з аднаго боку, журналістыка адлюстроўвае грамадскую думку, тым самым уплываючы на выпрацоўку ўпраўленчых рашэнняў органамі ўлады; з другога боку, менавіта журналістыка і арганізуе грамадскую думку, уключаючы канцэптуальную інфармацыю ў масавую свядомасць, праводзячы дзяржаўныя канцэпцыі, нацыянальныя ідэі.