Ольга Николаевна Касперович-Рынкевич

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь, Минск)

[kasp-olga@ya.ru](mailto: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 событийной 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 Тik Tok – 98 упоминаний, ВКонтакте – 51, Instagram\* (организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации) – 44. Соцсеть Тik Tok чаще выбирают для просмотра видео, ВКонтакте – для общения с друзьями, Instagram\*[[1]](#footnote-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\*.

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. Еще 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 молодежь в возрасте до 18 лет при изучении информации учитывает критерии оригинальности 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 молодежи. Также молодые люди открыты к использованию инноваций.

Литература

1. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи. М., 2013.

2.  Касперович-Рынкевич О. Н. Информационное потребление младших представителей поколения Z Беларуси // Журналістыка-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.

1. Организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации. [↑](#footnote-ref-1)