

2. Официальный сайт бренда «BIZON» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dancefederation.org/bizon2019>. – Дата доступа: 09.03.2020.

Лещенко Д. М., БГУКИ, студент 308 группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Жилинская Т. С.,
кандидат педагогических наук, доцент

МЕДИАГРАМОТНОСТЬ БАЙНЕТА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВА

С развитием цифровых технологий общество стало наделено большим количеством информации, как достоверной, так и ложной. В связи с этим на данном этапе развития медиасреды существует необходимость в медиаобразовании.

Медиаобразование – процесс развития личности в рамках медиасреды для дальнейшего рационального восприятия, анализа, осмысления и использования медиаресурсов [8]. Медиаобразование позволяет повышать медиаграмотность.

Такое понятие как медиаграмотность было рассмотрено многими исследователями. И.А. Стернин в одной из своих работ определял это понятие как «умение пользоваться текстами печатных и электронных СМИ, включая интернет» [9].

Главные составляющие медиаобразования и медиаграмотности связаны с умением получить доступ к информации; критически её осмыслить, проанализировать; оценить с точки зрения заложенной в ней главной мысли, необходимости, соответствия морально-нравственным ценностям; ответственно и этично пользоваться медиапространством и принимать участие в его создании и развитии. Так, в современном белорусском

обществе наиболее широкой «площадкой» для распространения информации и для коммуникации является Байнет.

Байнет – составляющая сети Интернет в Беларуси [3]. Республике Беларусь в настоящее время осуществляется строгий контроль над распространением информации в любом ее виде на телевидении, радио и так далее. Однако Байнет позволяет предоставлять пользователям «неотфильтрованную», в том числе властями, информацию.

На одном из форумов, посвященных медиаграмотности, «Media Literacy Solutions» представители высказали свое мнение о ситуации в Беларуси: «СМИ десятилетиями обслуживали власть. И сегодня медиа, где пакет акций государства больше 50%, продолжают работать по советским образцам. Общественных СМИ у нас нет, есть лишь независимое информагентство, которое стремится работать по стандартам» [7].

Выявить особенности пользования Байнетом можно посредством новостей. Что касается Байнета, то по общим показателям новостные каналы в интернете – это чаще всего поисковики (42%) или соцсети, форумы (20%), новостными сайтами пользуются немногие (13%). Здесь все связано с фильтрацией информации, ведь официальные новостные сайты – это электронная версия печатных СМИ, которые также фильтруются госорганами.

Говоря о медиаграмотности, необходимо учитывать такой фактор как доверие граждан Республики Беларусь к информации. По данным исследования Департамента маркетинговых и социологических исследований Группы компаний Сатио еще в 2013 году в Беларуси доверие к информации в сети Интернет составило 63%, однако тогда преобладало телевидение и поэтому занимало первую строку в списке источников, которым белорусы доверяют. Доля граждан, доверяющих информации данного источника, составила 72% [2].

Однако уже в 2019 году ситуация несколько изменилась. По данным опроса «Фонда общественного мнения» доля пользователей, доверяющих

Байнету, составила 31% от общего количества опрошенных. В сравнении с этим телевидение получило всего 36% [4]. Такой «упадок» связан с тем, что по данным этого же опроса за вариант «Нет источников информации, которым доверяю больше» проголосовало 27%, что практически не отличается от процента доверяющих Байнету.

Результаты данных исследований связаны прежде всего с тем, что в 2013 году Байнет был в режиме ускоренного становления и для белорусов это была относительно новая площадка для получения и распространения информации. Именно поэтому данному источнику отдавали предпочтение. Однако с развитием Байнета стал вырабатываться «иммунитет» к ложной информации самими пользователями.

По мнению многих исследователей в Беларуси прививаться медиаграмотность должна еще с раннего возраста, ведь Байнетом пользуются люди разных возрастных групп, в том числе и школьники. Так, в 2017 году была открыта первая в Беларуси летняя школа медиаграмотности «Медиагид» под руководством Гродненского государственного университета им. Янки Купалы. В школе обучались школьники 7-8 классов одной из гродненских гимназий.

Кроме того в Беларуси проводятся различные конференции и медиафорумы, где обсуждаются проблемы медиаграмотности и дальнейшие перспективы этой области. Примером является XIV Белорусский международный медиафорум в Бресте [1], в рамках которого происходило обсуждение медиаграмотности и информационной безопасности.

На одной из конференций прозвучала мысль о том, что потребитель «Совбелки» и БТ точно также уверен в своей медиаграмотности, как и потребитель «Белсата» и «Нашай Нівы» [6]. Стоит отметить, что каждый человек считает себя медиаграмотным, учитывая, что он сам выбирает для себя правдивую для него информацию. Это, прежде всего, субъективность, с которой сложно бороться в настоящее время и в будущем. Для того, чтобы ее предотвратить, необходимо внедрять в общество одну из моделей:

Первая модель. Включение отдельной дисциплины либо факультативных занятий в образовательную программу или интеграция медиаобразования с основными дисциплинами, как, например в Австралии, Канаде, Чехии.

Вторая модель. Создание и развитие специальных программ развития медиаграмотности для педагогов и учащихся. Примером может служить специальный курс «Основы медиаграмотности» [5] в Украине, который был открыт еще в 2013 году, в то время как в Беларуси само понятие «медиаграмотность» для большинства было неизвестным. Курс выпустил более 30000 педагогов, компетентных в данной области. В Швеции существует специальный комплекс материалов «Медиакод», по которому преподаватели могут также повышать уровень медиаграмотности.

Третья модель. Привлечение к ответственности на законодательном уровне лиц, некорректно пользующихся медиаресурсами (авторское право, распространение неправдивой информации и так далее). Эта модель уже сейчас существует, однако находится на низком уровне в плане исполнения. Для ее реализации в полной мере необходимо более углубленное внедрение в проблему со стороны людей, компетентных в данной области.

На наш взгляд, наиболее подходящим и перспективным направлением было бы совмещение всех трех моделей. Ведь комплексный подход в данном случае предполагает всестороннее развитие медиаграмотности белорусов и дальнейшее улучшение, таким образом, ситуации в медиасреде. Однако это станет возможным только при благоприятной экономической ситуации, так как для реализации многих проектов в области медиаграмотности необходим человеческий, трудовой, финансовый ресурс.

Таким образом, ситуация медиаграмотности Байнета на сегодняшний день определяется как стабильная и плавно развивающаяся. С каждым годом население Республики Беларусь тщательнее выбирает информацию в пространстве Байнета. В дальнейшем существует множество вариантов

развития событий, каждый из которых позволит воспитывать медиаграмотность у населения в приоритете в раннем возрасте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. XIV Белорусский международный медиафорум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/themes/xiv-beloruskiy-mezhdunarodnuu-mediaforum/>. – Дата доступа: 13.03.2020.
2. Аудитория белорусских СМИ читает новости, но не доверяет им [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.beltv.by/news/3/>. – Дата доступа: 12.03.2020.
3. Байнет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gusarov-group.by/wiki-internet-marketologa/bajnet/>. – Дата доступа: 04.03.2020.
4. Источники новостей и доверие к ним [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170>. – Дата доступа: 12.03.2020.
5. Курс «Основы медиаграмотности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://womo.ua/mediagramotnost-kursyi-i-lektsii/>. – Дата доступа: 13.03.2020.
6. Медиаграмотность как чума для светлого образа вождя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eurobelarus.info/news/society/2015/02/13/mediagramotnost-kak-chuma-dlya-svetlogo-obraza-vozhdy.html>. – Дата доступа: 13.03.2020.
7. Медиаграмотность стала трендом: как её развивают от Великобритании до Казахстана? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://press-club.by/dosved/mediagramotnost-stala-trendom-kak-eyo-razvivayut-ot-velikobritanii-do-kazahstana>. – Дата доступа: 4.03.2020.
8. Медиаобразование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://w.histrf.ru/articles/article/show/miediaobrazovaniie>. – Дата доступа: 4.03.2020.

9. Стернин, И. А. Медиаграмотность в структуре грамотности современного человека / И. А. Стернин // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика – 2013. – № 2. – С. 209-211.

Ливе В. С., БГУКИ, студент 112а группы
очной формы обучения
Научный руководитель – Рухляда И. В.,
преподаватель

ЭТЮДЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Самым эффективным институтом в культурно-досуговой деятельности является учреждение культуры. В учреждениях культуры культурно-досуговая деятельность становится систематической и приобретает творческий характер.

Деятельность учреждений культуры ныне обретает необычайную актуальность и выдвигает ее на ведущие позиции при организации досуга населения. В качестве субъекта культурно-досуговой деятельности учреждение культуры может обеспечить широкий диапазон и универсальность содержания этой деятельности, а также создать условия для всестороннего развития личности. Гуманистическая направленность культурно-досуговой деятельности, воспитание потребности человека в развитии вступает в противоречие с рыночными отношениями, особенно при выборе содержания и форм проведения досуга населения [4, с. 42].

Культурно-досуговая деятельность всегда складывается в процессе активного освоения личностью общественных и производственных отношений и зависит от интересов и потребностей человека [5, с. 6].