

**Сергей Венидиктов**

*Могилевский институт Министерства внутренних дел  
Республики Беларусь*

## **МЕДИЙНАЯ ГРАЖДАНСТВЕННОСТЬ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ**

В условиях, когда межсубъектные отношения становятся опосредованными и предопределенными деятельностью акторов медиасферы, а социальная дистанция перестает быть фактором дезинтеграции, развитие гражданской коммуникации зависит от функционирования механизмов доступа граждан к источникам информации и от наличия компетенций ее использования. «Обывательский» уровень информационной грамотности оказывается недостаточным для самостоятельного конструирования реальности,

предопределяющей модели поведения в обществе. Развитие гражданской коммуникации в таком случае напрямую связано с формированием нового типа гражданственности – «медийной».

Понятие медийной гражданственности в научном дискурсе является новым, первоначально оно получило распространение в западной социологии. В русскоязычном пространстве данное понятие употребляется исключительно в контексте проблемы формирования новых видов отношений общества и государства, эпизодически упоминается в диссертационных исследованиях, не получая детальной проработки.

Существенным компонентом нового типа гражданственности становится информационный, отражающий сформированность в сознании индивидов медийного образа государства, устойчивость этого образа к стихийным и преднамеренным искажениям, а также избирательность в восприятии и трактовке сообщений СМИ. И если основополагающим элементом гражданского поведения является активность (политическая, социальная, экономическая и т. д.), то в случае с медийной гражданственностью речь следует вести об активности и сознательности в осуществлении т. н. информационного выбора (фильтрации информационных потоков в соответствии с субъективными предпочтениями).

В Фесской Декларации о медийной и информационной грамотности 2011 г. информационная компетентность связывается с развитием гражданственности: «медиаинформационная грамотность имеет особое значение для социального, экономического и культурного развития, улучшает качество жизни человека, воспитывает его гражданственность» [2, с. 36]. Как утверждает ИИТО ЮНЕСКО, отношение современного индивида к информации наполняет новыми смыслами аксиологическую структуру гражданственности: «Первое место в новой системе ценностей, опирающейся на медийную и информационную грамотность, занимает защита свободы личности. Вторым по значимости является конструктивный открытый диалог: способность <...> генерировать качественную информацию, критически оценивать эту информацию и управлять принятием решений. <...> Следующая в ряду ценностей – идея активной, коммуникативной демократии» [3, с. 137].

Мы убеждены, что посредством изменения характера потребления массовой информации можно коренным образом изменить восприятие политической сферы, т. к. отношения граждан к политике и к политикам формируются ныне дистанционно: они обусловлены медийными образами, не соответствующими ни реальности, ни ожиданиям большинства. Значительная часть СМИ избегает содержательных формулировок ценностного и идейного направления при анализе политической сферы. Имеющие по-

литический контекст темы (экология, деятельность третьего сектора и т. п.) нередко оказываются исключенными из коммуникационного дискурса как не соответствующие запросам «усредненной аудитории». Отсутствие критического мышления, предопределенное пробелами в образовательной системе, приводит к формированию психологии «информированного потребительства» политического продукта. Боязнь и нежелание участвовать в политике становится фактором нарушения коммуникационного процесса в структурах гражданского общества. Поэтому развитие медийной гражданственности аудитории СМИ призвано формировать умение вести диалог в процессе взаимодействия гражданского общества и государства, необходимый для принятия коллективных согласованных решений. Участие граждан может выражаться в обсуждении (приводит к формированию общественного мнения), вовлечении (участие в решении социально важных проблем), организации (объединение граждан с целью изучения того или иного вопроса или осуществления проекта).

Понятие медийной гражданственности актуализируется в условиях формирования единого мирового политического, экономического и информационного пространства. Доставляемая ныне массовой аудитории информация имеет вид «обработанной реальности», не соответствующей оригиналу; умалчивание, фрагментация, искусственное конструирование событий в мировой инфосфере становятся нормой. Перед рядовым потребителем встает закономерный вопрос: чему верить и как действовать? В ситуации, когда противостояние вооруженное сменяется противоборством информационным, когда значимость событий определяется исключительно форматом их отображения в СМИ, а национальная принадлежность и гражданская позиция – экономическими выгодами, развитие медийной гражданственности становится для государства стратегической задачей, от решения которой зависит преодоление названных противоречий.

Возникающий в этой связи вопрос о ресурсах формирования медийной гражданственности является дискуссионным. Мы к таковым относим:

- 1) образовательную среду, в которой предусмотрено наличие курсов медиаграмотности (на различных ступенях обучения), подготовленных с учетом национальной информационной модели;
- 2) медиасферу, включающую в себя контент всех видов СМИ и осуществляющую стихийное воздействие на гражданственность аудитории;
- 3) социальное окружение индивида, формирующее субъективированную среду распространения медиасообщений;
- 4) политическую реальность, предопределяющую отношение граждан к предоставляемой СМИ информации и испытывающую последствия информационного выбора аудитории;

5) институты гражданского общества, жизнеспособность которых во многом зависит от устойчивости информационной сферы и которые формируют тип гражданского поведения;

6) идеологический климат в социуме, позволяющий говорить о таких категориях, как патриотизм, гражданственность, правовая и гражданская культура, как о зримых феноменах общественной жизни [1].

Как видим, среди ресурсов медийной гражданственности выделяются три категории. К первой относятся ресурсы, участвующие в создании информационных потоков (медиафера), ко второй – регулирующие информацию и вносящие в нее искажения (политическая сфера, гражданское общество), к третьей – вносящие упорядоченность в медиасреду и конструирующие информационную реальность (образовательная система, идеологическая сфера). Их деятельность может быть конструктивной только при условии единства приоритетов всех акторов политической сферы. Также необходимо учитывать значительную роль в формировании медийной гражданственности стихийных факторов (влияния социальной среды, фрагментированности сообщений и ритуализации событий в СМИ и др.). Их влияние обратно пропорционально уровню развития в обществе медиакультуры, образующей базис для медийной гражданственности.

Таким образом, при анализе нового типа отношений между обществом и государством в информационной сфере приобретает особую актуальность понятие медийной гражданственности, которое предопределяет эффективность этих отношений с позиции политических потребностей, а также указывает перспективное направление для реформирования и развития образовательной среды в условиях медиатизации социального пространства.

#### *Литература*

1. Венидиктов, С.В. Медийная гражданственность и угрозы глобализации / С.В. Венидиктов // Гражданственность личности в условиях изменяющегося мира: от протестной к созидательной активности: Сб. науч. статей Международной науч.-практ. конф. 14 – 15 мая 2015 г. ; редкол.: С. И. Беленцов (отв. ред.) [и др.]; Юго-Зап. гос. ун-т. – Курск, 2015. – С. 44–47.
2. Жилавская, И.В. Медиаинформационная грамотность как новая грамотность информационного общества / И.В. Жилавская // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011. – № 4. – С. 35–45.
3. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: монография / Под ред. Б. Дендева – М. : ИИТО ЮНЕСКО, 2013. – 320 с.