



УДК 32.019.51

ПОЛИТИЧЕСКИЙ СЕГМЕНТ МЕДИЙНОЙ ГРАМОТНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ВАРИАНТ ИЗМЕРЕНИЯ

А. А. Казаков

Казаков Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры политических наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, aldr.kazakov@gmail.com

В современной науке периодически предпринимаются попытки измерения уровней сформированности медиаграмотности/медиакомпетентности. Однако при этом авторы отдельных вариантов подобных замеров, как правило, исходят из разных теоретических посылок, по-разному понимают сам анализируемый феномен и, как следствие, используют для собственных оценок разнообразные критерии. В данной статье на основе анализа свыше сотни наиболее часто цитируемых в зарубежных и отечественных исследованиях определений сформулировано авторское понимание медийной грамотности и предложен вариант измерения уровня ее сформированности. При этом автор фокусирует свое внимание на политической составляющей данной категории – т. е. на умении критически оценивать и проверять достоверность медиатекстов по проблематике, непосредственно связанной с политикой.

Ключевые слова: медийная грамотность, молодежь, студенчество, измерение, анкетирование, медиаобразование, медиакомпетентность, массмедиа, политика, политическая культура.

Political Segment of Students' Media Literacy: An Approach to Measure It

A. A. Kazakov

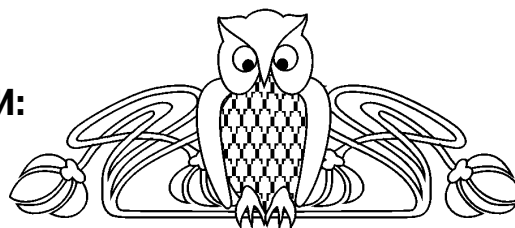
Alexander A. Kazakov, ORCID 0000-0002-3140-0977, Saratov State University, 83, Astrakhanskaya Str., Saratov, 410012, Russia, aldr.kazakov@gmail.com

In modern science, attempts to measure media literacy / media competence are made from time to time. However, those who try to do it usually employ different theoretical premises, interpret phenomenon under consideration in their own ways, and, as a result, use various criteria for evaluations. Based on the analysis of more than hundred most oft-quoted (both in foreign and Russian scholarship) definitions of media literacy, the author offers his own conception of the term and puts forward the way it can be measured. While doing so, he stresses the importance of a political segment of media literacy, i.e. the ability to critically analyze and check credibility of politics-related media texts.

Key words: media literacy, youth, students, measurement, questionnaire survey, media education, media competence, mass media, politics, political culture.

DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-3-339-344

Среди большого количества сюжетов, затрагиваемых в рамках исследований в сфере медиаобразования, особое место занимают попытки



измерения уровня сформированности тех или иных медиакомпетенций или медийной грамотности в целом. По сравнению со многими другими интересующими ученых аспектами, подобные работы встречаются достаточно редко. Вслед за В. Дж. Поттером и Ч. Тай мы склонны объяснять это тем, что, несмотря на весьма внушительный накопленный в этой области исследовательский потенциал, до сих пор имеет место проблема валидности результатов, получаемых по итогам подобных измерений¹. Иными словами, каждый понимает комплекс связанных с этим понятий (умения, навыки, знания, компетенции и проч. в области медийной грамотности) по-своему и, соответственно, разрабатывает собственные варианты и методики измерения этого. Как следствие, из-за разности подходов выводы отдельных ученых трудно сопоставлять и сравнивать между собой, а также выявлять тенденции и динамику изменения уровня медийной грамотности во времени.

Не претендуя на то, чтобы разработать какой-либо интегративный подход к измерению (считаем это предметом отдельных научных дискуссий и обсуждений в рамках масштабных научных форумов и конференций), в данной статье мы предлагаем собственный вариант определения уровня медийной грамотности современной студенческой молодежи. При этом, разрабатывая методологический инструментарий своего исследования, мы, с одной стороны, опирались на уже имеющиеся теоретические и практические разработки видных специалистов в этой сфере², а с другой, попытались несколько сместить фокус замеров в сторону политической составляющей анализируемого феномена. Иначе говоря, нас в первую очередь интересовал общий уровень сформированности у респондентов навыков, умений и знаний в отношении не всех медиа в целом, а лишь тех из них, что преимущественно ориентированы на политику и тем самым оказывают непосредственное влияние на формирование политической культуры молодежи.

Проанализировав более ста наиболее часто цитируемых в зарубежной и отечественной науке публикаций по теме медийной грамотности, нами было сформулировано определение данного феномена, включающее в себя те компоненты, которые присутствуют в большинстве самых распространенных дефиниций³. Так, медийной грамотностью мы считаем способность индивида находить интересующую его информацию в материалах массмедиа, критически ее осмысли-



вать и анализировать, проверять достоверность и – при наличии соответствующей необходимости – самому создавать элементарные медийные сообщения.

Отталкиваясь от этого определения, мы разработали анкету, вопросы которой, на наш взгляд, ориентированы именно на то, чтобы определить уровень медийной грамотности респондентов. Сама анкета состоит из трех частей. Первая из них предполагает необходимость ответить на вопросы по предложенному тексту. В качестве такового мы выбрали заметку известного саратовского блогера, профессора местного вуза В. Афанасьевой, в которой она формулирует собственное отношение к российским либералам⁴. Восемь вопросов (как открытых, так и закрытых) первой части анкеты предполагали необходимость определения целевой аудитории анализируемого поста, вероятных мотивов его автора, представленных и отсутствующих в тексте точек зрения, целесообразности и способов проверки содержащихся в заметке фактов, а также задание по формулированию сути данного медиасообщения в одно-два предложения.

Вторая часть анкеты включала в себя пятнадцать утверждений, с которыми опрашиваемым нужно было согласиться или не согласиться. Каждый из тезисов так или иначе касался современного состояния медиаиндустрии либо же затрагивал отдельные аспекты поведения медийно грамотной личности. Наконец, третьей частью анкеты была так называемая паспортчика – вопросы по полу, возрасту и уровню образования респондентов.

В общей сложности в первой половине марта 2018 г. мы опросили 97 студентов юридического факультета и Института истории и международных отношений Саратовского национального исследовательского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского в возрасте от 17 до 26 лет. Среди них было 65 девушек и 32 парня. Нужно отметить, что такое соотношение по половому признаку является достаточно типичным для гуманитарных факультетов нашего вуза.

Все респонденты примерно в равных пропорциях обучаются по специальностям «политология», «история», «судебная экспертиза» и «таможенное дело». При этом никто из них ранее не изучал дисциплин, так или иначе связанных с медийной грамотностью. Профиль получаемого образования, пол и возраст принявших участие в анкетировании учитывались при подведении итогов исследования.

Как уже отмечалось, в современной науке (в том числе российской) периодически предпринимаются усилия по оценке уровня сформированности медийной грамотности личности. Правда, при этом чаще используется такое понятие, как «медиакомпетентность», считающееся одним из главных компонентов и индикаторов медийной грамотности⁵.

Соглашаясь с тем, что медиаграмотность в целом шире медиакомпетентности, в контексте настоящего исследования мы, тем не менее, будем использовать первое понятие. Делать это нас заставляют как минимум два обстоятельства. Первое: термин «компетентность», как правило, предполагает определенную дихотомичность – люди либо обладают ею, либо нет⁶. В этом смысле более корректно было бы использовать понятие «умение», подразумевающее способность делать что-либо, развиваемую постепенно – с течением времени и по мере целенаправленного приложения усилий в данном направлении; человек, условно говоря, может уметь делать что-то сносно, хорошо или мастерски. Однако термин «медийные умения» практически не используется в актуальном научном дискурсе. Второе: в зарубежной науке «медийная грамотность» (*media literacy*), по нашим наблюдениям, используется значительно чаще, чем другие ее эквиваленты. Принимая все это во внимание, при выборе между «медиаграмотностью» и «медиакомпетентностью» будем отдавать предпочтение первому варианту.

Итак, каким же образом принято измерять медиаграмотность/медиакомпетентность? Чаще всего это делается при помощи анкетирования или тестирования⁷, а также эксперимента⁸. Значительно реже для этого используется фокус-групповой метод⁹.

Какие критерии кладутся в основу оценки? По большому счету, все их многообразие может быть сведено в два больших блока: преимущественно технические умения и активность использования медиа¹⁰ и собственно навыки по оценке и интерпретации медиасообщений¹¹. Причем зачастую эти два показателя могут никак не коррелировать друг с другом. Как отмечает А. В. Федоров, «медиакомпетентность современных студентов, как правило, достаточно высока относительно набора технических умений практического использования медийной техники, но никак не по части анализа медиатекстов»¹².

Более того, мы полагаем, что для исследования уровня сформированности медийной грамотности именно второй – интерпретационно-оценочный – блок имеет приоритетное значение. Молодой человек может превосходно разбираться в особенностях и технических характеристиках современных медийных устройств, ежедневно использовать сразу несколько из них, активно проявлять себя в разнообразных социальных сетях, мессенджерах и т. д., но при этом не иметь ни малейшего представления о том, где найти ту или иную специфическую информацию (в контексте нашего исследования – о политике), как проверить ее достоверность и на каких ресурсах можно отыскать альтернативную точку зрения по конкретному вопросу.

В этом смысле мы склонны разделить точку зрения А. А. Левицкой, которая считает, что при



измерении медиаграмотности населения нужно в первую очередь учитывать «уровень аналитического оценивания респондентом информации, медиатекста, широкого спектра взаимоотношений человека и медиасферы»¹³.

Учитывая все это, собственную анкету мы наполнили такими вопросами, которые, на наш взгляд, способны выявить именно содержательный (и отчасти деятельностный), а не технический уровень медийной грамотности. Мы исходили также из того, что в фокусе нашего внимания находится не медиаграмотность в целом, а, скорее, политическая ее составляющая. Подобный ракурс также наложил определенный отпечаток на характер и направленность вопросов, составивших анкету.

Первый содержательный блок нашей анкеты состоял из восьми вопросов по тексту, который предварительно было предложено прочитать респондентам. Напомним, что таким текстом была запись в блоге с выражением личного мнения автора в отношении современных российских либералов. До студентов была доведена информация о том, что это за медиасообщение и с какого ресурса оно было взято.

В зависимости от сложности каждый из восьми вопросов первой части оценивался с максимумом от двух до шести баллов. Примером «легкого» вопроса (два возможных балла за правильный ответ) является открытый вопрос о том, чьи точки зрения были представлены в предлагаемом тексте. Так как это блог, в котором В. Афанасьева изложила собственную позицию и при этом совершенно точно не цитировала и даже не упоминала мнения других людей, то ответ в данном случае был очевидным – точка зрения автора. Однако, несмотря на кажущуюся простоту, в отдельных случаях респонденты затруднялись ответить на этот вопрос либо предлагали не соответствующие действительности версии.

Примером же наиболее «сложного» вопроса (максимум – шесть баллов) тоже был открытый вопрос – «Какие риторические приемы и методы привлечения внимания аудитории были использованы автором?». Нужно заметить, что в тексте таковых было достаточно много: сравнения, метафоры, гиперболы, эпитеты, ярлыки и т. д. Максимальный балл ставился в случае, если были перечислены практически все из них, минимальный – когда не назывался ни один. Всего за ответы на вопросы первой части можно было получить 35 баллов.

Второй содержательный блок анкеты предполагал необходимость определить свое отношение («скорее согласен» или «скорее не согласен») к каждому из пятнадцати утверждений. Утверждения были сформулированы таким образом, чтобы свести к минимуму возможность различного их трактования. Примеры верных утверждений: «В той или иной степени все люди находятся под влиянием СМИ», «Телеканал “Дождь”,

радиостанция “Эхо Москвы”, интернет-портал “Медуза” относятся к числу оппозиционных по отношению к действующей в России власти». Примеры неверных тезисов: «Медийно грамотный человек, как правило, не обращает внимания на те информационные ресурсы, позицию которых он не разделяет», «В настоящий момент большинство наиболее влиятельных западных (в первую очередь – американских) массмедиа, как правило, относятся к России и ее президенту В. В. Путину позитивно и благожелательно». За каждое правильное определение истинности конкретного высказывания начислялся один балл; таким образом, максимум за ответы на вопросы второй части составил 15 баллов.

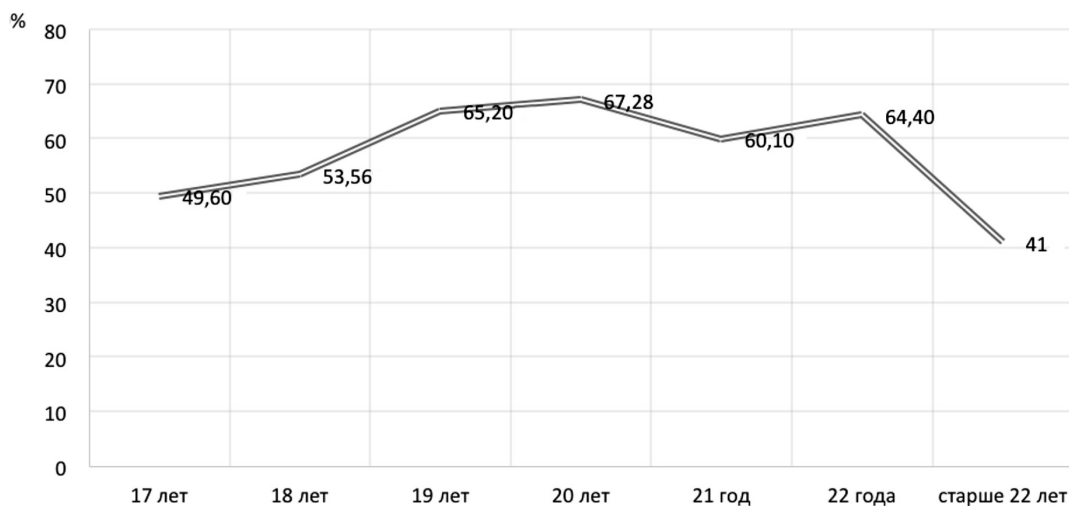
Баллы, полученные за ответы на вопросы первой и второй частей, суммировались (возможный максимум равнялся 50 баллам) и – для выражения в процентной форме – умножались на два. В итоге после обработки анкеты каждого из респондентов получалось процентное выражение уровня его медийной грамотности.

Разумеется, мы отдаем себе отчет в том, что полученные результаты во многом условны: итоговые проценты зависят от набора вопросов, конкретных формулировок и даже от специфики самого предложенного студентам текста. Но вместе с тем мы убеждены, что данная анкета позволяет получить общее представление о среднем уровне медиаграмотности опрошенных студентов и, что также очень важно, дает возможность определить наиболее «проблемные» для респондентов аспекты анализа медиатекстов.

Какие же конкретные результаты были нами получены? Разброс продемонстрированных уровней медиаграмотности вполне ожидаемо оказался достаточно большим – 62%: минимальный уровень составил 28%, максимальный – 90%. Средний же уровень достиг 58,07%. При этом обращают на себя внимание различия в средних показателях в зависимости от пола, возраста и характера получаемого респондентами образования.

Так, по результатам наших замеров, средний уровень медийной грамотности девушек оказался около 60,4%, а юношей – 50,9%. О чем это может говорить? Полагаем, что в первую очередь – о большей внимательности и прилежности первых по сравнению со вторыми: там, где парни могли на что-то просто не обратить внимания или полениться что-либо расписать (например, те же использованные автором приемы привлечения внимания аудитории), студентки подошли к этим вопросам более ответственно и, как следствие, поработали на этом больше баллов. Делать из этого результата вывод о том, что девушки больше интересуются политикой или чаще обращаются за информацией к массмедиа и потому в целом более медийно грамотны, мы бы воздержались.

Более показательными мы находим результаты сравнения средних уровней медиаграмотности в зависимости от возраста (рисунок).



Уровни медийной грамотности по возрастам

Как видим, с 17 до 20 лет включительно средний уровень медийной грамотности неуклонно растет, затем наблюдается снижение, снова подъем и – самое красноречивое – резкое падение в возрастной группе старше 22 лет. Естественно, объем нашей выборки (97 человек) явно не достаточен для того, чтобы с полной уверенностью говорить о наличии здесь твердых закономерностей. Однако общий тренд, как нам представляется, вполне может соответствовать реальности: с первых лет студенческой жизни молодые люди постепенно начинают больше интересоваться общественно-политической жизнью, чаще обращаются к СМИ и, как следствие, становятся более искушенными в этой сфере. Резкое же снижение в группе после 22 лет, на наш взгляд, может объясняться тем, что входящие в нее люди, как правило, совмещают учебу в вузе с работой, многие из них уже имеют собственные семьи и, как результат, у них просто остается меньше времени на то, чтобы регулярно следить за новостями и тем более обращать внимание на особенности освещения каких-либо событий в прессе.

Наконец, еще один критерий разграничения итоговых показателей – направленность получаемого респондентами образования. Напомним, что среди специальностей, по которым обучаются опрошенные студенты, были «политология», «история», «таможенное дело» и «судебная экспертиза». При этом учебный план ни одной из них не предполагает освоения дисциплин, так или иначе связанных с анализом медиасообщений. Стало быть, возможности сравнить полученные результаты с показателями так называемой контрольной группы (т. е. с теми, кто предварительно прослушал соответствующие курсы) у нас не было. Тем не менее, мы посчитали важным все же высчитать отдельно средний уровень медийной грамотности студентов-политологов. По собственному опыту знаем, что периодически в рамках самых различ-

ных дисциплин разговор о специфике освещения политических событий в СМИ все-таки заходит. А значит, хотя бы косвенное представление об используемых журналистами приемах такие студенты имеют. Произведенные расчеты подтвердили обоснованность наших предположений: средний уровень медийной грамотности будущих политологов (их оказалось чуть более четверти от всех опрошенных) составил 67,04%, а всех остальных – 54,72% при среднем для всех 97 респондентов значении в 58,07%.

Теперь несколько слов о том, какие вопросы вызвали у студентов наименьшие и наибольшие затруднения. В первом блоке анкеты легче всего респондентам давались закрытые вопросы об основной цели и демографических характеристиках предполагаемой целевой аудитории представленного медиатекста, а также открытый вопрос о представленных в блоге точках зрения. Наибольшие же сложности вызвали уже упоминавшийся открытый вопрос об использованных автором текста приемах и вопрос о том, где, на каких других медийных ресурсах можно встретить точку зрения, альтернативную изложенной в прочитанном ими тексте. Отвечая на последний вопрос, чаще всего студенты просто ограничивались тем, что писали «на других сайтах», «по телевидению», «в блогах»; назвать конкретные массмедиа, придерживающиеся либеральных взглядов, смогли лишь единицы.

Заключительный вопрос первой части анкеты предполагал необходимость сформулировать суть прочитанного текста в одно–два предложения. Тем самым мы рассчитывали замерить такую составляющую медийной грамотности, как способность самому создавать элементарные медиасообщения. При оценке данного ответа мы исходили и из содержания написанного респондентами (насколько их представление о сути совпадало, собственно, с написанным в блоге) и из того, насколько грамотно (с точки зрения орфо-



графии, пунктуации и стиля) это было изложено. В итоге получилось, что при максимуме в пять баллов средняя оценка за ответ на данный вопрос составила 2,52 балла.

Что же касается второй содержательной части анкеты, то в ней респонденты чаще всего «спотыкались» на утверждении о том, что «Телеканал “Дождь”, радиостанция “Эхо Москвы”, интернет-портал “Медуза” относятся к числу оппозиционных по отношению к действующей в России власти». Сразу 60 человек из 97 ошибочно посчитали его неверным... Второе и третье места поделили между собой следующие тезисы: «Отбирая сюжеты для освещения, СМИ исходят в том числе из интересов своей аудитории» и «Существует тенденция, согласно которой события в сообщениях СМИ выглядят более драматично, чем на самом деле». 30 респондентов также нашли эти утверждения не соответствующими действительности.

О чем это может говорить? На наш взгляд, во-первых, это является своего рода индикатором того, что студенты достаточно слабо ориентируются в современном медиаландшафте нашей страны и не имеют более или менее четких представлений о политических «пристрастиях» конкретных СМИ, а во-вторых, это также свидетельствует и о весьма слабом знании «теории» медиаиндустрии. Честно признаемся, мы никак не ожидали, что сразу треть от опрошенных не будут допускать мысли о том, что журналисты ориентируются «в том числе» и на потребности своей аудитории.

Зато – и это также мы посчитали весьма показательным – меньше всего затруднений вызвали такие тезисы, как «В настоящий момент большинство наиболее влиятельных западных (в первую очередь – американских) массмедиа, как правило, относятся к России и ее президенту В. В. Путину позитивно и благожелательно» (3 ошибки) и «Конфликты, войны, скандалы, кровь привлекают меньше внимания аудитории, чем все остальное» (5 ошибок). На наш взгляд, «очевидность» этих высказываний для респондентов является достаточно красноречивой характеристикой содержательного контента большинства российских массмедиа.

Таковы основные результаты проведенного нами исследования. Еще раз оговоримся, что в силу ограниченности своего масштаба (опрошено было всего 97 студентов одного вуза) оно не может считаться в полной мере репрезентативным. Кроме того, отсутствие единого, разделяемого большинством ученых понимания медийной грамотности, а также набора конвенциональных критериев оценки степени ее сформированности серьезно осложняет выработку универсальных «измерительных механизмов»: одни считают важным креативный аспект медиакомпетентности, другие – деятельностный, третьи – интерпретационный, четвертые – ак-

тивность использования медиаустройств, пятые – все, перечисленные выше, и т. д.

В контексте данной статьи нас, в первую очередь, интересовал оценочный и отчасти практико-операционный компоненты медийной грамотности студенческой молодежи, причем в весьма ограниченном ее ракурсе – с точки зрения политической составляющей. В этом смысле считаем важной саму попытку обоснования возможного варианта измерения политического сегмента медийной грамотности. Полагаем, что в сегодняшних политических условиях (причем как внутри страны, так и за ее пределами), в ситуации, когда «информационные войны» стали едва ли не обыденным явлением, политикоориентированное понимание медиаграмотности становится как никогда актуальным, а сама медиаграмотность превращается в один из ключевых факторов формирования политической культуры индивида. Как результат, чрезвычайную важность и востребованность приобретает и соответствующее направление медиаобразования.

Проведенное нами анкетирование дает основания утверждать, что, несмотря на достаточно уверенное владение новейшими медиатехнологиями, в большинстве своем молодые люди недостаточно хорошо ориентируются в окружающих их потоках информации, не имеют в полной мере целостного представления о ключевых игроках российского медиарынка и далеко не всегда знают то, как в теории должны выстраиваться отношения между журналистами и аудиторией. При этом прослеживается определенная зависимость между средним уровнем медиаграмотности человека, с одной стороны, и его возрастом, а также характером получаемого им образования – с другой.

Возможными направлениями дальнейшего развития данного ракурса анализа этой проблемы нам представляются, во-первых, расширение выборки опрашиваемых, во-вторых, совершенствование методологического инструментария замеров (уточнение формулировок вопросов, увеличение их количества, анализ частоты использования массмедиа, ресурсных предпочтений аудитории и т. д.) и, наконец, в-третьих, сравнение уровней сформированности политического сегмента медийной грамотности у лиц, получавших элементы медиаобразования, и у тех, кто с ним прежде, к сожалению, не соприкасался. Убеждены, что развитие у студенческой молодежи навыков критического анализа медиатекстов является залогом повышения общего уровня ее политической культуры, что, в свою очередь, в дальнейшем будет способствовать и демократизации всей политической системы государства.

Примечания

¹ См.: *Potter W. J., Thai Ch. Conceptual Challenges in Designing Measures for Media Literacy Studies //*



- International Journal of Media and Information Literacy. 2016. № 1. P. 27.
- 2 См.: *Левицкая А. А.* Медиакомпетентность и аналитическое мышление аудитории : социологические опросы последних лет // *Медиаобразование*. 2015. № 1. С. 30–42 ; *Федоров А. В.* Итоговая оценка медиакомпетентности студентов : анализ результатов тестирования // *Медиаобразование*. 2012. № 2. С. 48–51 ; *Arke E. T., Primack B. A.* Quantifying media literacy : development, reliability, and validity of a new measure // *Educational Media International*. 2009. № 46 (1). P. 53–65 ; *Ashley S., Maksl A., Craft S.* Developing a news media literacy scale // *Journalism and Mass Communication Educator*. 2013. № 68 (1). P. 7–21 ; *Fedorov A., Levitskaya A.* Comparative Analysis of the Indicators' Levels of Students' Media Competence Development in the Control and Experimental Groups // *International Journal of Media and Information Literacy*. 2016. № 2 (1). P. 16–37.
 - 3 См.: *Казakov А. А.* Медиаграмотность в контексте политической культуры : к вопросу об определении понятия // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*. 2017. № 4. С. 78–97.
 - 4 См.: *Афанасьева В. В.* Пять причин не быть российским либералом // *Взгляд-инфо*. 2017. 1 нояб. URL: <http://www.vzsar.ru/blogs/3740/> (дата обращения: 12.06.2018).
 - 5 См., например: *Жижина М. В.* Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования : о критериях оценки медиакомпетентности // *Медиаобразование*. 2016. № 4. С. 47.
 - 6 См.: *Potter W. J.* Theory of media literacy : A cognitive approach. Thousand Oaks, CA : Sage. 2004. P. 21.
 - 7 См.: *Федоров А. В.* Итоговая оценка медиакомпетентности студентов : анализ результатов тестирования.
 - 8 См.: *Рыжих Н. П.* Диагностика медиакомпетентности студентов педагогического вуза при выполнении творческого задания // *Медиаобразование*. 2012. № 1. С. 50–63 ; *Федоров А. В.* Обладает ли современная молодежь стихийно сформированным высоким уровнем медиакомпетентности? // *Медиаобразование*. 2014. № 2. С. 82–88.
 - 9 См.: *Фролова Е. В., Рябова Т. М., Рогач О. В.* Медиакомпетентность преподавателей высшей школы : оценка навыков и технологий развития // *Медиаобразование*. 2017. № 4. С. 37–46.
 - 10 См.: Текущее состояние и перспективы медиаграмотности населения РФ на основе национального мониторинга медиаповедения (2009–2013). Циркон, 2013 // Циркон, исследовательская группа. URL: <http://www.zircon.ru/publications/sotsiologiya-smi-i-massovykh-kommunikatsiy> (дата обращения: 23.03.2018).
 - 11 См.: *Федоров А. В.* Итоговая оценка медиакомпетентности студентов : анализ результатов тестирования ; Уровень медиаграмотности населения РФ : текущее состояние и перспективы изменения (на основе всероссийского мониторинга медиаповедения). Циркон, 2017 // Циркон, исследовательская группа. URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/ea5/maltseva-d-v-shubina-l-v-voynilov-yu-l-uroven-mediagramotnosti-naseleniya-rf-tekushchee-sostoyanie.pdf> (дата обращения: 23.03.2018).
 - 12 *Федоров А. В.* Обладает ли современная молодежь стихийно сформированным высоким уровнем медиакомпетентности? С. 82.
 - 13 *Левицкая А. А.* Указ. соч. С. 37.

Образец для цитирования:

Казakov А. А. Политический сегмент медийной грамотности студенческой молодежи: вариант измерения // *Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология*. 2018. Т. 18, вып. 3. С. 339–344. DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-3-339-344

Cite this article as:

Kazakov A. A. Political Segment of Students' Media Literacy: An Approach to Measure It. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2018, vol. 18, iss. 3, pp. 339–344 (in Russian). DOI: 10.18500/1818-9601-2018-18-3-339-344
