

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ И ДЕМОКРАТИЯ

MEDIA EDUCATION AND DEMOCRACY

I. Zhilavskaya

Annotation

The article is devoted to the problem of development of media education as a social institute in the context of the complex period of establishment of a democratic society and those problems that are also related to the mediation of social processes, particularly, the ever increasing spread of mediacracy and media democracy. Real political and social activities are becoming virtual. The issues of realizing the rights of every citizen to access information, freedom of expression as conditions for the development of media education, are becoming debating point.

Keywords: media, mediacracy, media democracy, media education, media literacy, UNESCO.

Жилавская Ирина Владимировна
К.филол.н., доцент,
Московский педагогический
государственный университет

Аннотация

В статье рассматривается проблема развития такого социального института как медиаобразование в условиях сложного формирования демократического общества и тех проблем, которые связаны и медиатизацией общественных процессов, в частности, все большего распространения медиакратии и медиадемократии. Реальная политическая, социальная деятельность превращается в виртуальную, и вопросы реализации прав каждого гражданина на доступ к информации, свободу самовыражения, как условий развития медиаобразования, становятся все более дискуссионными.

Ключевые слова:

Медиа, медиакратия, медиадемократия, медиаобразование, медиаграмотность, ЮНЕСКО.

Медиа как формы трансляции смыслов

Развитие медиа как средств коммуникации имеет долгую историю. Размышления о медиа начинаются с античности и продолжаются до наших дней. В различных европейских языках слово "medium" имеет множество значений: человек, легко поддающийся внушению; средство общения; примиритель; представитель среднего класса; окружающая реальность; а также общественная жизнь, гласность, нечто, находящееся в общественном пользовании.

Исторически слово "медиа" возникло в английском языке в XVI веке для обозначения людей, которые служили связующим звеном между двумя мирами: материальным и духовным. В XVII веке это понятие перекочевало в язык философии и трактовалось как среда, эфир, сфера, формирующая новые смыслы.

С XVIII в. понятие "медиа" начинают использовать применительно к появившимся газетам, и позднее – журналам. Особый расцвет медиа получают в эпоху технологической революции, в период изобретения электрических средств коммуникации. С середины XIX в. под медиа понимается процесс распространения сообщений с помощью технических средств связи (электрические медиа – телеграф, радио, телефон). Весь XX век проходит под знаком СМИ, СМК и понятие "медиа" сужается до категории массовой коммуникации.

Однако в XXI веке мы вновь возвращаемся к идее всеобщих медиа, которые пронизывают все элементы мировой информационной системы. В настоящее время это понятие используется в урбанистике, в таких областях науки как психология, социология, культура, педагогика, экология и т.д.

Речь идёт о включенности медиа в повседневную жизнь, общественные процессы и институты, которые в принципе невозможно рассматривать без медиальных компонентов. "Мы живём в обществе, наполненном технологиями, связывающими людей мириадами опосредованных коммуникаций, и "пропитанном" смыслами, которые каждодневно и ежесекундно создают/потребляются с помощью современных медиа". [1]

Сегодня мы понимаем, что "все, что "дается" нам в восприятии, коммуникации и познании – дается в медиа". [2] Этот подход закреплён в работах российского исследователя медиа В.В. Савчука, который формулирует современный концепт медиареальности как "все есть медиа или *media ergo sum*". [3]

Многократно пересекаясь, средства коммуникации образуют сформированную человеком медиасреду. Они, подобно кровеносным сосудам пронизывают весь общественный организм, все сферы нашей жизни, это не нечто отстоящее от индивида или сообщества, а неотъемлемая часть целого. Как отмечает российский исследо-

ватель, эксперт Совета Европы Сергей Зуев, "информационный поток пронизывает пространство, является эфиром, как сила гравитации. Так же как невозможно себе представить современный мир без гравитации, которую изучал Ньютон, невозможно представить себе современный мир без пронизывающих его линий силы, которые создают информационные потоки". [4]

Для понимания сущности медиа следует подчеркнуть их динамический характер. Медиа – это не статичная предметность, существующая исключительно в материальном мире, а вечно меняющаяся конфигурация содержания в зависимости от различных факторов, это инструмент такой многофункциональной деятельности, как коммуникация. Гонец, доставляющий добрую или недобрую весть; голубь, который приносит ожидаемое сообщение; личный дневник аутокоммуникации или технологический гаджет для сетевого взаимодействия – все это варианты транспортировки информации, которые актуальны только в случае движения информационных потоков. И как в свое время Д. Барлоу образно заявил, что Информация есть Глагол, а не Существительное, и что "Высвобожденная из своих вместилищ, информация с очевидностью не есть вещь. В действительности, она есть нечто, что случается в сфере взаимодействия между умами или объектами" [5], так и медиа – это, по сути, не предметы и не вещи, а формы трансляции смыслов.

Очевидно, что человечество нуждалось в переоценке понятия "медиа", его сущности и роли в обществе. Однако только к началу XX века исследователи социальных процессов осознали необходимость глубокого изучения этого феномена как комплекса особого рода научно-философских, социальных и технологических явлений, обеспечивающих эффективность информационных отношений в обществе.

Последовательная смена информационных эпох – явление письменности, изобретение технологии печати, электрическая, а затем цифровая революции – расширяли информационные возможности человека. Сегодня в глобальном масштабе, по общим оценкам, каждый день возникает более 2,5 квинтиллионов байтов новых данных. Мы находимся внутри "информационного взрыва", окруженные печатной, электронной, цифровой и прочей информацией. "Общая сумма человеческих знаний к 1800 году удваивалась каждые 50 лет, к 1950 г. – каждые 10 лет, а к 1970 г. – каждые 5 лет". [6] Ожидается, что в период до 2020 г. благодаря все более активному использованию смартфонов, планшетов, социальных сетей и других форм цифровой коммуникации глобальный объем информации будет удваиваться каждые два года. Под влиянием подобной динамики некоторые локальные тренды приводят к весьма неожиданным результатам: например, мобильные телефоны сегодня для африканцев доступнее, чем чистая питьевая вода. [7]

Но наращивание коммуникационных возможностей человека не просто повышает уровень информированности граждан. Оно ведет к глобальным изменениям в обществе, которые часто оказываются взаимоисключающими.

Как отмечает британский кинокритик и журналист Питер Бредшоу, в прошлом веке произошли три важных события:

- ◆ из мира недостатка информации мы шагнули в мир информационной перегрузки;
- ◆ из мира, в котором правительства и коммерсанты нуждались в медиа для распространения информации, мы перешли в мир, где они могут распространять ее самостоятельно;
- ◆ из мира, в котором граждане нуждались в СМИ для получения информации, мы попали в мир, где любой гражданин имеет доступ к информации и, более того, может ее производить самостоятельно. [8]

Все эти изменения побудили человечество освоить новый вид грамотности – грамотности медийной и, соответственно, начать формировать новый вид образования – медийного образования.

Демократические основы медиаобразования

По мнению многих западных и российских исследователей в области медиа и медиаобразования (С. Bazalgette, J. Bowker, S. Goodman, M. North, J. Pungente, I. Rother, M. Silverblatt, D. Schretter, D. Suess, Ch. Worsnop, Е.А. Бондаренко, А.В. Шариков, И.М. Дзялошинский, А.П. Короченский и др.), оно возникает там и тогда, когда появляется проблема вариативного восприятия контента. Необходимость понимать медиатекст и заставляет обращаться к чтению скрытого смысла, наличие которого является его особым свойством. Отсюда внимание к языку медиа, содержанию, форме и структуре медиатекста.

Однако в системе медиаобразования значение имеет не только сам медиатекст, но, может быть, еще в большей степени контекст, в котором он функционирует, исторические корни и традиции его появления, система коммуникации между людьми, группами людей, сообществами, технологиями и машинами, причины и логика порождения смыслов, а также социально-экономические, политические и культурные условия, в которых разворачиваются социальные дискуссии.

Концепция медиаобразования начала формироваться в конце 60-х гг., когда возникли две относительно независимые линии – так называемая критическая грамотность и визуальная грамотность. Первая из них выдвину-

ла основной целью "формирование критического мышления" человека по отношению к средствам массовой коммуникации и получила большее распространение в Европе (Великобритания, Франция и др.). Вторая линия рассматривала в качестве главной задачи развитие невербальных навыков коммуникации (восприятия, понимания, использования и создания аудиовизуальной информации) и преобладала в Канаде и США.

Впервые понятие "медиаобразование" было сформулировано на совместном совещании сектора информации ЮНЕСКО и Международного совета по кино и телевидению в 1973 году. Согласно подходам ЮНЕСКО, "под медиаобразованием (mediaeducation) следует понимать обучение теории и практическим умениям для овладения современными средствами массовой коммуникации, рассматриваемыми как часть специфической и автономной области знаний в педагогической теории и практике". [9]

В середине 1970-х гг. ЮНЕСКО заявила о медиаобразовании, как о приоритетном направлении на ближайшие десятилетия. В документах ЮНЕСКО подчеркивается, что медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны мира на свободу самовыражения и права на информацию и является инструментом поддержки демократии. [10]

Во второй половине XX века правительства ряда ведущих государств занялись разработкой принципов политики в области массмедиа. К этому их подталкивали концентрация собственности и монополизация в сфере массмедиа, грозящие нарушением прав граждан на получение достоверной информации, рост объема мультимедийных операций, увеличение влияния на общество прессы, телевидения, а затем и интернета.

В связи с этим, к примеру, в США под медиаобразованием понимается журналистское образование или его составляющие. Вместо дидактического понятия "медиаобразование" широкое распространение получил термин "медиаграмотность", который был впервые сформулирован в 1992 году в Докладе Аспенского института гуманитарных исследований на конференции, посвященной вопросам медиаграмотности и обеспечения лидерства США в этой сфере. "Медиаграмотность – это способность получать, анализировать, оценивать и создавать медиаконтент в различных формах".

Сегодня американская школа медиа активно продвигает концепцию новостной грамотности (news literacy). Центральная категория этого направления – журналистская новость, с которой в настоящее время связано множество рисков: она используется и как метод формирования общественного мнения, и как способ манипуляции аудиторией, и как средство ведения информационной войны.

Новостная грамотность – это такой же обязательный навык, как само чтение, такая же необходимая гигиеническая привычка, как привычка чистить зубы, – сказала, открывая в 2014 году первую в России Международную научно-практическую конференцию, посвященную проблемам news literacy, профессор НИУ ВШЭ Анна Качкаева. – Нет ничего более гуманитарно здорового, чем критически оценивать то, что происходит в медиа, правильно декодировать смыслы сообщений, уметь пользоваться информацией и понимать, что медиаповедение – это такая же часть нашей жизни, как и повседневные взаимоотношения и коммуникация между людьми. [11]

В 2008 году в Европе была принята Резолюция Европарламента по медиаграмотности в мире цифровых технологий. Этот документ является основополагающим для специалистов в области медиаобразования Европейского Союза. Его идеология во многом созвучна с положениями Хартии основных прав Европейского Союза, в которой говорится, что "Европейский Союз основывается на неделимых и всеобщих ценностях – достоинстве человека, свободе, равенстве и солидарности; он опирается на принципы демократии и правового государства. Он ставит человека во главу угла своей деятельности, учреждая гражданство Европейского Союза и создавая пространство свободы, безопасности и правосудия". [12]

В Резолюции были сформулированы ряд положений, которые стали базовыми для развития медиаобразования и медиаграмотности во всем мире. В частности, Европарламент призывает авторитетные учреждения, ответственные за регулирование аудиовизуальных и электронных коммуникаций к сотрудничеству на разных уровнях в целях повышения медиаграмотности населения; подтверждает чрезвычайную необходимость разработки на федеральном уровне кодексов поведения и общих административных инициатив; особо подчеркивает необходимость участия всех заинтересованных лиц в поддержке систематического изучения и постоянного анализа различных аспектов и показателей медиаграмотности.

Европарламент подчеркивает, что медиаграмотность – базовый элемент политики в сфере потребления информации, это основа для понимания и осведомленности в вопросах, касающихся интеллектуальных прав, и необходимое условие для привлечения граждан к участию в демократической жизни и стимулирования межкультурного диалога.

Эти акценты и положения говорят о том, что медиаобразование приобретает всеобщий характер, оно выходит за рамки исключительно массовой коммуникации и охватывает собой широкий спектр каналов и источников информации. Данный подход к проблеме был зафиксирован в концепции конвергентного понятия медиа- и ин-

формационной грамотности и закреплен в "Московской декларации о медиа- и информационной грамотности", принятой на международной конференции в Москве 28 июня 2012 года. В ней говорится, что "Медиа- и информационно грамотный человек может использовать различные средства, источники и каналы информации в личной, профессиональной и общественной жизнедеятельности. Он знает, когда и какая информация требуется и для чего, где и как ее можно получить. Он понимает, кто и с какими целями создал и распространяет эту информацию, он имеет представление о ролях, функциях и ответственности СМИ, институтов памяти и других поставщиков информации". [13]

Медиакратия и медиадемократия

Именно критическое мышление является фундаментом декларируемых основ медиаграмотности граждан, оно позволяет сохранять автономность, самостоятельность личности по отношению к формируемой медиакратии.

Сам термин "*медиакратия*" (от англ. *mass media* – СМИ и др. – греч. *κράτος* – власть, влияние), означает явление, когда политические решения и дискуссии, а также политическая коммуникация происходят не в первичной политической плоскости, а в СМИ. С помощью медийных технологий конструкторы глобального общественного процесса делают гражданина зрителем политических дебатов в средствах массовой информации, его роль скорее декоративная, без возможности активного вмешательства. Медиаповедение зрителя, читателя, слушателя определяется политикой медиаменеджмента, крупных рекламодателей, спонсоров и собственников средств массовой коммуникации. Таким образом, по мнению немецкого политолога Томаса Мейера, "демократия соучастия превращается в мнимую демократию созерцания или медиадемократию, которая лишает возможности самоопределения (суверенитета) гражданина". [14]

Понимание этих процессов сегодня, по сути, является предметом переосмысления медиаобразования. Медиадемократия, возникшая в условиях медиатизации общества, изменила политический ландшафт современности. С одной стороны, она ведет к большей степени свободы самовыражения, с другой, к профессиональному использованию медиа в интересах отдельных заинтересованных групп – компаний, корпораций, государства. И ответ на вопрос, почему люди отказываются от предложенной реальной свободы действий в пользу свободы клика, очевиден. Большинство людей не хотят быть участниками политической реальности, прекрасно понимая, что политическая игра по установившимся правилам никак не учитывает их интересы.

Классические постулаты ЮНЕСКО о медиаобразовании как части основного права каждого гражданина лю-

бой страны на свободу самовыражения и получение информации, о том, что медиаобразование способствует поддержке демократии, сегодня превращаются в декларации. Известна и широко растиражирована точка зрения теоретика в области медиа Дж. Гербнера, который понимает медиаобразование как формирование коалиции "для расширения свободы и разнообразия коммуникации, для развития критического понимания медиа, нового подхода к либеральному образованию". [15]

Однако, как отмечает А. Черных в своей книге "Медиа и демократия", проявления кризиса демократии стали сегодня столь многочисленны и значимы, что вызывают ощущение нелегитимности большинства, если не всех, демократических процедур. Это результат нового медиаполитического "формата", который обусловлен одновременностью и взаимозависимостью процессов, происходящих в политике и в медиа. Политический процесс происходит ныне в инсталляциях массмедиа, а его основой оказывается *politainment* – представление политического как единства новостей, рекламы и развлечений. Перенос "места" политического действия из парламента на ТВ ведет к "передаче" политиков и политики в руки медиадизайнеров и маркетологов, презентующих их миру как марку товара. [16].

В связи с этим все более призрачными кажутся классические постулаты медиаобразования как права каждого гражданина на доступ к информации, свободы слова и выбора медиаповедения.

Ярким примером применения медиатехнологий в политическом процессе является кампания по выборам президента США в 2016 году. Она носила особенный характер. Круг предвыборных технологий вышел далеко за рамки традиционных направлений, типичных для кампании прошлых лет. Обе стороны для реализации своих целей заручились поддержкой мощных ИКТ-корпораций (Х.Клинтон – "Google", Д.Трамп – "Facebook") и применяли уникальные технологии ("Google" – технологию манипуляции с помощью поискового механизма – SEME"; "Facebook" – технологию выявления подсоснательных предпочтений на уровне конкретных избирателей – пользователей своей социальной сети).

Как отмечает Руководитель Центра военно-промышленной политики Института Соединенных Штатов Америки и Канады (ИСК РАН) Евгений Роговский, [17] фактически, с помощью онлайн-новых социальных сетей был создан удобный и эффективный способ пропаганды ненависти, инспирирования насилия и раздувания конфликтов, который сегодня интенсивно используется и террористами, и политиками в целях дестабилизации общества. Доступность новых информационных технологий для широких масс населения обнаружила в американском обществе явно дестабилизирующую зависимость – чем больше по-

ляризованы интересы общества, тем шире новые технологии используются для усугубления ситуации.

Право на информацию, провозглашённое в ст. 19 Всеобщей декларации прав человека, включает в себя не только право индивидуума на свободу искать и получать, но и право распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ – то есть, не только право быть объектом информирования, но и становиться субъектом информационной деятельности. Провозглашение права на информацию дало импульс дальнейшей проработке проблемы информационных прав – в частности, способствовало формированию концепции "права на коммуникацию".

Право на участие предусматривает обеспечение реальной возможности для потребителя массовой информации стать – прямо или косвенно – создателем и распространителем медийных произведений. Российский профессор Е.П. Прохоров в свое время утверждал, что каждый социальный субъект должен иметь возможность распространять от своего имени массово-информационные продукты, репрезентирующие его картину мира, представления о "желаемом будущем", аргументацию в пользу своей позиции.

И вновь классические концепции медийного образования идут в разрез с современной коммуникационной ситуацией. Как отмечал еще в 2004 году американский профессор Илья Сомин по отношению к американским гражданам, "Информированный электорат – обязательная предпосылка демократии. Если избиратели не знают, что происходит в политике, они не могут рационально осуществлять право контролировать правительственную политику. Масштабное невежество избирателей представляет серьёзную угрозу американской демократии в выборах 2004 года и далее. Это особенно тревожно перед предстоящими выборами во время войны, где на карту поставлены важные политические решения". [18] Автор подчеркивает, что неадекватные знания избирателей подразумевают два основных последствия для демократии. Во-первых, это не позволяет демократическому правительству отразить волю народа в каком бы то ни было осмысленном виде, подрывая "наиподлиннейшую" защиту демократии как системы, которая отражает волеизъявления народа. Также невежество избирателей подвергает опасности ключевую роль демократии как режима, который служит интересам большинства, поскольку невежество потенциально открывает двери как манипулированию народом элитами, так и колоссальным ошибкам, совершённым политиками в силу необходимости привлекать невежественный электорат для получения должности.

В этих размышлениях профессора поддерживает Саймон Кей, рассуждая в своем блоге от 16 марта 2015 года

о сложных взаимоотношениях между политическим невежеством и демократией. "Опасения, вызванные радикально невежественной в политике общественностью, распространяются за пределы простой возможности, что общество сделает плохой выбор при голосовании. Невежественные избиратели легче поддаются заблуждениям и манипуляциям при помощи внушительных по риторике, но необоснованных фактами заявлений. Они могут прибегнуть к источникам демократических советов, которые не несут детального понимания. Они могут быть более склонны к принятию теорий заговоров или скатиться к схемам, в которых принимают чрезмерно дихотомические или радикально упрощённые версии реальности". [19]

Граждане, неграмотные в политической сфере – это в первую очередь неграмотные в сфере медиа. Они представляют собой управляемую массу, которая оказывается в сетях информационных угроз и повышенных рисков. Эту мысль подтверждают и данные, полученные российской исследовательской группой ЦИРКОН в результате ежегодного мониторинга медиаграмотности россиян, который проводится по заказу Министерства связи и массовых коммуникаций РФ уже 7 лет.[20] Весьма интересна динамика ответов респондентов на вопрос о критическом восприятии информации СМИ.

"Как часто при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет и журналов у Вас складывалось ощущение, что Вас обманывают – дают заведомо ложную, непроверенную информацию или пытаются навязать Вам определенную точку зрения?"

В Российской Федерации в 2014 году, по сравнению с 2009 годом, было чуть меньше граждан (с 51% до 48%), у которых при взаимодействии со СМИ складывается ощущение, что их обманывают, следовательно, меньше людей, которые способны распознать манипуляции, производимые медиатеchnологами. При этом значительно выросло число тех, кто редко ощущают на себе то, что им лгут, навязывают определенную точку зрения. Увеличение по сравнению с показателями 2014 года почти на 10%. С 38 до 47 процентов увеличилось количество людей, которые не видят, что ими манипулируют, и это не потому, что на экране не лгут, а потому, что население становится невосприимчивым к фальсифицированной, недостоверной информации.

Выводом здесь может быть только то, что население утрачивает такое важнейшее качество в структуре медиаграмотности, как критическое мышление. Это означает, что почти половина населения России не в состоянии вычислить манипуляцию, либо согласна с теми сентенциями, которые ей преподносят в качестве информации, что, безусловно, свидетельствует о низком уровне медиаграмотности и, естественно, является угрозой для демократии. Ведь, как подчеркивает Инглхарт Р., утвер-

ждение демократии – не просто "результат изощренного торга в кругах элит и "конституционной инженерии". Оно зависит от глубоко укоренившихся ценностных ориентаций народа. Эти ориентации побуждают людей требовать свободы и "обратной связи" со стороны властей – и подкреплять слова действиями, обеспечивающими такой результат".[21]

Именно поэтому более активно институт медиаобразования развивается в странах с демократическим уст-

ройством социальных институтов, чем в авторитарных государствах, и тем более в странах, где господствует диктатура.

Медиаобразование вооружает личность критическим мышлением, которое помогает человеку анализировать информацию, поступающую извне, самостоятельно делать свои выводы и давать соответствующую оценку происходящему. В условиях политического и идеологического давления это весьма затруднительно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика // Научная монография / Аналитический центр Vi. М.: ООО "НИПКЦ Восход-А", 2014.
2. Алиева, Шевченко, Ковальдина. Проблема понятия медиа в медиафилософии. V Международная студенческая электронная научная конференция "Студенческий научный форум 2013". – URL: www.scienceforum.ru/2013/119/5782 (дата обращения: 10.12.2017).
3. Савчук В.В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб.: изд-во РХГА, 2013. – С. 237.
4. Как новые медиа изменили мир. – URL: postnauka.ru/video/30224# (дата обращения: 04.12.2017).
5. Дж. П. Барлоу. Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети / Русский журнал, 07.04.1999.
6. Гендина Н.И., Колкова Н.И., Стародубова Г.А., Уленко Ю.В. Формирование информационной культуры личности: теоретическое обоснование и моделирование содержания учебной дисциплины / Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества. М., 2006. – С. 13.
7. Mehta N. Television in India: Satellites, Politics and Cultural Change. L.; N.Y.: Routledge, 2008.
8. Бредшоу П. СМИ 21-го века. – URL: habrahabr.ru/post/54808/ (дата обращения: 12.12.2017).
9. Media Education. – Paris: UNESCO, 1984, p. 8.
10. UNESCO. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In: Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, p.273–274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152.
11. Екатерина Лапина–Карасюк, Светлана Шомова. Международная научно–практическая конференция "News literacy и проблемы современного медиаобразования" (НИУ ВШЭ, Москва, 5–6 марта 2014 г.) Интелрос "НЛО" №130, 2014.
12. Хартия основных прав Европейского Союза – URL: <http://eulaw.ru/treaties/charter> (дата обращения: 30.01.2018).
13. Московская декларация о медиа- и информационной грамотности. – URL: http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Moscow_Declaration_on_MIL_rus.pdf (дата обращения: 15.01.2018).
14. Thomas Meyer: Mediokratie, Suhrkamp, Frankfurt. 2001.
15. Gerbner G (1995) / Educators Activists Organize to Promote Media Literacy in U.S. In: The New Citizen. 1995, Vol, 2, № 2.
16. Черных А. И. Медиа и демократия. СПб.: Университетская книга. 2011.
17. Роговский Е.А. Кибер–Вашингтон. Глобальные амбиции. Изд-во Международные отношения. 2014.
18. Ilya Somin. When Ignorance Isn't Bliss: How Political Ignorance Threatens Democracy (2004) POLICY ANALYSIS NO. 525. September 22. – URL: www.cato.org/publications/policy-analysis/when-ignorance-isnt-bliss-how-political-ignorance-threatens-democracy (дата обращения: 27.08.2017).
19. Simon Kaye. On the complex relationship between political ignorance and democracy (2015) British Politics and Policy. March 16th. – URL: blogs.lse.ac.uk/politics-and-policy/what-are-the-implications-of-political-ignorance-for-democracy/ (дата обращения: 27.08.2017).
20. Исследовательская группа ЦИРКОН. Текущее состояние и перспективы медиаграмотности населения РФ на основе национального мониторинга медиаповедения. 2015. – URL: www.slideshare.net/ZirconResearchGroup/ss-58699665 (дата обращения: 27.08.2017).
21. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития М.: Новое издательство, 2011. – С. 11.

