

## МЕДИАГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ И СПОСОБЫ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ

**Данил Вадимович Печенкин**

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 125167, Российская Федерация, г. Москва, пр-кт Ленинградский, д. 49/2, e-mail: bestsincedayone@yandex.ru

**Аннотация. Введение.** В условиях информационного противоборства медиаграмотность населения приобретает значение фактора национальной безопасности и эффективности государственного управления. Дефицит критического мышления у граждан повышает нагрузку на правоохранительную систему, увеличивает виктимность социально уязвимых групп и создаёт репутационные риски для органов власти, особенно в части профессиональной деятельности государственных служащих. Цель исследования – оценка эффективности государственного управления в сфере развития медиаграмотности в Российской Федерации и разработка рекомендаций на основе адаптации зарубежного опыта.

**Методы.** Методологическая база включает компаративный анализ страновых моделей Финляндии, Канады, США и Германии, реализованный посредством монографического исследования. Применена триангуляция данных международных рейтингов (IMD, PISA, ICT Development Index), системно-функциональный анализ, методы анализа документов и вторичной социологической информации, а также сценарный анализ для идентификации рисков.

**Результаты.** Выявлено, что действующая модель государственного управления, ориентированная преимущественно на блокировки, не обеспечивает полной защиты от дезинформации. Установлено, что по комбинации прокси-показателей Россия уступает странам-лидерам; 30 % граждан обладают низким уровнем цифровой грамотности. Систематизированы институциональные факторы успеха зарубежных стран: интеграция медиаобразования в учебные программы (Финляндия), создание сетей фактчекеров (Канада), адресная работа с уязвимыми группами (США), просветительский потенциал законодательства (Германия). Разработана многоуровневая модель повышения медиаграмотности (государственный, образовательный, информационный, общественный уровни) и предложены способы минимизации рисков её реализации.

**Обсуждение.** Повышение медиаграмотности должно стать приоритетным направлением государственной политики, реализуемым через создание синтезированной модели, адаптированной к отечественным условиям. Государству отводится роль создателя институциональных рамок и катализатора кооперации экспертов, НКО и бизнеса. Инвестиции в медиаграмотность обеспечивают снижение административных издержек на противодействие дезинформации и повышение качества кадрового состава государственной службы.

**Ключевые слова:** государственное управление, медиаграмотность, информационная безопасность, компаративный анализ, зарубежный опыт, государственная служба, критическое мышление, фактчекинг, институциональная модель.

**Информация о финансировании:** данное исследование выполнено без внешнего финансирования.

**Для цитирования:** Печенкин Д.В. Медиаграмотность населения и способы её повышения. Государственное управление и право. 2026. № 1(09). С. 145-157. EDN: OITJAO



## MEDIA LITERACY OF THE POPULATION AND WAYS TO IMPROVE IT

**Danil V. Pechenkin**

Federal State Educational Budgetary Institution of Higher Education «Financial University under the Government of the Russian Federation», 125167, Russian Federation, Moscow, 49/2 Leningradsky Ave., e-mail: bestsincedayone@yandex.ru

**Annotation. Introduction.** In the context of information warfare, media literacy of the population is becoming a factor of national security and public administration efficiency. The lack of critical thinking among citizens increases the burden on law enforcement agencies, heightens the vulnerability of socially disadvantaged groups, and creates reputational risks for authorities, particularly regarding the professional activities of civil servants. The aim of this study is to assess the effectiveness of public administration in developing media literacy in the Russian Federation and to formulate recommendations based on the adaptation of foreign experience.

**Methods.** The methodological framework includes a comparative analysis of country-specific models in Finland, Canada, the United States, and Germany, carried out through monographic case studies. Triangulation of data from international rankings (IMD World Digital Competitiveness Ranking, PISA, ICT Development Index) was applied, along with systemic-functional analysis, document analysis, secondary sociological data analysis, and scenario analysis to identify potential risks.

**Results.** The study reveals that the current model of public governance, primarily focused on blocking and restricting content, does not provide complete protection against disinformation. It is established that, based on a combination of proxy indicators, Russia lags behind leading countries, with 30 % of citizens exhibiting a low level of digital literacy. The institutional success factors of foreign countries are systematized: integration of media education into curricula at all levels (Finland), establishment of fact-checking networks with state support (Canada), targeted work with vulnerable groups through libraries and community initiatives (USA), and the educational potential of legislation (Germany). A multi-level model for improving media literacy (state, educational, informational, and community levels) is developed, and measures to minimize implementation risks are proposed.

**Discussion.** Enhancing media literacy should become a priority area of state policy, implemented through the creation of a synthesized model adapted to domestic institutional conditions. The state's role is to establish institutional frameworks and act as a catalyst for cooperation among experts, NGOs, and businesses. Investments in media literacy ensure a long-term reduction in administrative costs for countering disinformation and improve the quality of civil service personnel.

**Keywords:** public administration, media literacy, information security, comparative analysis, foreign experience, civil service, critical thinking, fact-checking, institutional model.

**Financing information:** this study was carried out without external funding.

**For citation:** Pechenkin, D.V. (2026). Media literacy of the population and ways to improve it. Public administration and law. 1(09). 145-157. EDN: OITJAO

### Введение

В условиях перманентной трансформации архитектуры глобальной коммуникации и эскалации гибридных методов ведения геополитического противостояния информационная сфера приобретает статус самостоятельного стратегического актора, оказывающего детерминирующее воздействие на социально-экономические и политические процессы. Для национальной системы

государственного управления данная тенденция сопряжена с возникновением принципиально новых вызовов, нивелирование которых традиционными административно-командными методами представляется всё более затруднительным. Деструктивный информационный контент, диссемилируемый через трансграничные цифровые платформы, способен не только дискредитировать проводимую социально-экономическую политику, но



и формировать устойчивые очаги общественного недоверия к институтам власти, что, в свою очередь, кратно повышает транзакционные издержки на реализацию любых государственных инициатив. Поскольку технологически обеспечить тотальную фильтрацию информационных потоков от множества зарубежных источников не представляется возможным, то назревает объективная необходимость пересмотра парадигмы государственного регулирования: от концепции «защиты от информации» к концепции «защиты посредством компетенций». Именно в русле данного подхода в документах Совета Европы получило развитие понятие «медиакомпетентность», под которым понимается способность индивида к критической рецепции медиаконтента, обуславливающая формирование ответственной гражданской позиции и навыков вынесения автономных суждений на основе верифицированных данных [1, с. 11].

Следует констатировать, что дефицит медиаграмотности у широких слоёв населения продуцирует целый спектр прямых и косвенных издержек для бюджетной системы и государственного аппарата. Граждане, не владеющие инструментарием верификации информации и фактчекинга, демонстрируют повышенную виктимность в отношении фишинговых схем и финансовых пирамид, что создаёт дополнительную нагрузку на правоохранительный блок и систему социальной защиты. Более того, они выступают идеальной средой для распространения панических настроений, способных дестабилизировать потребительские рынки и спровоцировать экономические шоки на микроуровне. В контексте задач настоящего исследования особую значимость приобретает кадровый аспект проблемы. Государственные служащие, будучи одновременно агентами реализации политики и объектами информационного воздействия, при отсутствии должного уровня медиакомпетенций становятся уязвимым звеном в системе принятия управленческих решений. Некритичное восприятие неverified данных, неспособность распознать манипулятивные техники в профессиональной коммуникации напрямую снижают качество экспертно-аналитического обеспечения государственного управления и создают репута-

ционные риски для органов власти в целом. Таким образом, налицо сформировавшееся научно-практическое противоречие между экстенсивной моделью государственного администрирования в медиасфере (ориентированной преимущественно на блокировки и ограничения) и потребностью в формировании адаптивных способностей у населения и самих управленцев к автономной навигации в информационной среде.

Новизна предпринятого исследования видится в смещении традиционного фокуса с педагогических аспектов медиаобразования на институциональные механизмы повышения медиаграмотности как фактора оптимизации государственного управления. В отличие от работ, рассматривающих медиаграмотность исключительно как социально-культурный феномен, мы интерпретируем её как инструмент снижения административной нагрузки и повышения устойчивости системы госуправления к внешним деструктивным воздействиям. Проведённый компаративный анализ моделей Финляндии, Канады, США и Германии позволил не только верифицировать отставание Российской Федерации по рейтинговым показателям, но и экстраполировать наиболее релевантные институциональные решения, адаптируемые к отечественной модели государственного менеджмента. Полученные результаты обладают выраженной прикладной ценностью для совершенствования программ дополнительного профессионального образования государственных служащих, в рамках которых формирование медиакомпетенций должно занять место базового элемента профессиональной культуры, обеспечивающего адекватность восприятия цифровой реальности и качество подготовки управленческих решений. Резюмируя изложенное, следует подчеркнуть, что предложенная автором синтезированная модель повышения медиаграмотности населения представляет собой не столько инструмент социальной защиты, сколько действенный рычаг повышения эффективности самого государственного аппарата, оптимизации его трудозатрат и минимизации политико-идеологических рисков в долгосрочной перспективе.

#### *Цель исследования*

Целью исследования является

оценка уровня эффективности государственного управления в области развития медиаграмотности населения, а также предложение собственных методов повышения уровня медиаграмотности на основе зарубежного опыта.

#### *Методы исследования*

Теоретико-методологическая архитектура настоящего исследования выстроена таким образом, чтобы обеспечить комплексное решение поставленных задач: во-первых, осуществить диагностику текущего состояния государственного управления в сфере развития медиаграмотности населения Российской Федерации, во-вторых, идентифицировать и систематизировать релевантные зарубежные практики, и, в-третьих, разработать адаптированные к отечественным институциональным условиям рекомендации по совершенствованию исследуемого направления государственной политики.

Достижение указанных целей потребовало применения многокомпонентной методологической стратегии, интегрирующей как общенаучные, так и специальные методы экономической науки и теории государственного управления. Фундаментальную основу исследования образуют методы анализа и синтеза, посредством которых осуществлялась декомпозиция сложного феномена медиаграмотности на составляющие элементы (навыки доступа, анализа, оценки, создания контента) с последующей интеграцией полученных данных для формирования целостного представления об объекте управления. Методы индукции и дедукции применялись при переходе от анализа эмпирических данных о состоянии медиаграмотности в отдельных странах к формулированию обобщающих выводов относительно закономерностей развития данного направления государственной политики, и, наоборот, при верификации общетеоретических положений на конкретных национальных кейсах.

Центральное место в методологическом дизайне исследования занимает компаративный (сравнительно-сопоставительный) метод, реализованный в двух основных плоскостях. Во-первых, проведено межстрановое сопоставление уровней медиаграмотности, для чего была сформирована аналитическая база, включающая данные

международных рейтингов и индексов. Поскольку универсального интегрального показателя медиаграмотности не существует, в работе применена методика триангуляции, предполагающая одновременный анализ нескольких прокси-показателей: индекса цифровой конкурентоспособности (IMD World Digital Competitiveness Ranking), результатов международной программы по оценке образовательных достижений учащихся (PISA) в части читательской и цифровой грамотности, а также индекса развития информационно-коммуникационных технологий (ICT Development Index). Такой подход позволил нивелировать ограниченность каждого отдельного индикатора и сформировать многомерную оценку исследуемого явления. Во-вторых, компаративный метод применён для анализа институциональных механизмов и управленческих практик в странах-лидерах (Финляндия, Канада, США, Германия), что позволило выявить структурные элементы, потенциально адаптируемые к российской модели государственного администрирования.

В качестве инструмента выявления каузальных связей между уровнем медиаграмотности и эффективностью противодействия информационным угрозам использовался системно-функциональный анализ. Данный метод позволил рассмотреть государственное управление в медиасфере не как набор разрозненных мер (блокировки, фактчекинг, образовательные программы), а как целостную систему, где повышение медиаграмотности населения выполняет функцию снижения совокупной нагрузки на контрольно-надзорные органы. Посредством системного подхода разработана классификация уровней воздействия на медиаграмотность (государственный, образовательный, информационный, общественный), представленная в табличной форме (таблица 1), что позволило структурировать предлагаемые меры по субъектам и инструментам реализации.

Для оценки эффективности действующей модели государственного управления в исследуемой сфере применялись методы анализа документов и вторичной социологической информации. В частности, проанализированы положения Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информа-

ции, информационных технологиях и о защите информации», а также немецкого закона NetzDG, регулирующего деятельность цифровых платформ. Обработка данных социологических исследований (рейтинг цифровой грамотности населения России, данные Eurostat о цифровых навыках граждан ЕС) проводилась с использованием методов описательной статистики, что позволило количественно обосновать актуальность предложенных мер и определить целевые группы для первоочередного воздействия (лица пожилого возраста, жители малонаселённых пунктов).

Методологическая стратегия также включала элементы метода монографического анализа страновых моделей, в рамках которого были детально изучены национальные модели повышения медиаграмотности Финляндии (как образец системной интеграции в образование), Канады (как пример развития сети фактчекеров и общественных инициатив MediaSmarts), США (как кейс работы с уязвимыми группами через библиотеки и организацию MediaWise) и Германии (как образец законодательного регулирования с просветительским потенциалом). Глубинный анализ каждого кейса позволил выделить не только успешные практики, но и институциональные условия их имплементации, что критически важно для оценки возможности их трансплантации в российскую систему государственного управления.

Завершающий этап исследования базировался на методе моделирования и прогнозирования, посредством которого на основе синтеза адаптированных зарубежных практик была сконструирована авторская модель повышения медиаграмотности, структурированная по четырём уровням. Дополнительно применён метод сценарного анализа для идентификации потенциальных рисков реализации предлагаемых мер (формализм, недоверие, превращение в инструмент пропаганды) и разработки способов их минимизации (таблица 2), что обеспечивает практическую реализуемость предложенных рекомендаций.

Информационной базой исследования выступили социологические опросы и рейтинги об уровне медиаграмотности населения отдельных взятых государств, которые позволяют выявить недостатки действующей мо-

дели государственного управления в части повышения медиаграмотности населения, а также предложить более эффективные меры.

Таким образом, методологическая база исследования представляет собой многоуровневый комплекс взаимодополняющих методов, обеспечивающих верификацию полученных выводов, их репрезентативность и прикладную значимость для совершенствования государственного управления в сфере повышения медиаграмотности населения и профессионального развития государственных служащих.

#### *Результаты исследования и их обсуждение*

Медиаграмотность – комплекс знаний, установок и умений, которые позволяют гражданам проводить критический анализ медиаконтента, понимать и оценивать механизмы создания и распространения информации, эффективно использовать медиа для саморазвития, коммуникации и иных преимуществ цифровой среды, создавать и распространять собственный медиаконтент [2, с. 8]. Иными словами, медиаграмотность является своеобразным навигатором в мире цифровых технологий, а также формирует иммунитет к манипуляциям в информационной среде [3, с. 12]. Важность медиаграмотности в современном мире проявляется в следующих аспектах:

1. Информационный перегруз. Через информационную среду проходит огромное количество данных, часть из которых являются недостоверными, неполными или отражают субъективное восприятие происходящих событий. Отсутствие навыков фильтрации информации приводит потребителей к формированию некорректного представления о происходящих в мире событиях [4, с. 29];

2. Кибербезопасность. Граждане без должного уровня медиаграмотности становятся потенциальными жертвами фишинга, потери доступа к личным данным и иных мошеннических схем;

3. Эпидемия дезинформации и фейков. Социальные сети и мессенджеры являются наиболее привлекательным способом внедрения и распространения дезинформации с максимальной скоростью, что влияет на формирование общественного мнения и политических процессов [5, с. 148];

4. Таргетированная реклама и ма-

нипуляции. Современные алгоритмы способны предлагать пользователям товары, работы и услуги на основе их запросов и предпочтений, что позволяет производителям манипулировать потребительским и политическим выбором, что приводит к формированию навязанного внешними силами мнения у аудитории.

Таким образом, актуальность формирования медиаграмотности у населения должно являться ключевой задачей государственного управления в медиасфере. Потенциальное развитие цифровой среды, создание и внедрение новых цифровых технологий лишь усилит значимость и актуальность данного умения.

Высокий уровень медиаграмотности подразумевает наличие у граждан следующих навыков:

1. Доступ. Возможность гражданина найти необходимую информацию с использованием различных источников и поисковых систем;

2. Анализ. Формирование критической оценки контента, при помощи получения ответов на вопросы: «Кто автор публикации?», «Какова цель публикации?», «Какие использованы методы манипуляции?», «Какие факты упущены или некорректны?»;

3. Оценка достоверности. Проверка фактов, упоминаемых в анализируемой информации, в том числе при помощи фактчекинговых ресурсов (например, Politifact, Snopes и иные) [6, с. 14];

4. Создание и распространение собственного контента. Способность каждого потребителя информационных услуг становится производителем, начиная от поста в социальной сети и заканчивая собственными эфирами. При этом каждый производитель информации должен понимать последствия распространения информации, проявлять уважение к авторскому праву и приватности других граждан [7, с. 162].

Обладая навыками, указанными выше, граждане приобретут возможность анализа и оценки информации, что позволит им формировать объективную картину мира, а также не стать жертвами обмана в цифровой среде.

В современном обществе развитие медиаграмотности регулярно сталкивается с проблемами. В Российской Федерации такими проблемами являются: низкий уровень критического мышления, который выражается в доверии к эмоционально подан-

ной информации или совпадающей с взглядами аудитории; цифровое неравенство, проявляющееся в отсутствии навыков медиаграмотности у пожилых людей и иных социально уязвимых групп; перегрузка образовательных систем, не позволяющая адаптировать образовательные программы под динамично изменяющийся цифровой медиаландшафт.

Оценка эффективности развития медиаграмотности невозможна без сравнения уровня с зарубежными странами. Единого и универсального классификатора, который способен объективно ранжировать страны мира по уровню медиаграмотности, не существует, однако существуют многочисленные исследования различных аспектов, связанных с медиаграмотностью, позволяющих выявить итоговый уровень медиаграмотности.

Чаще всего медиаграмотность коррелируют с уровнем цифровой грамотности, оцениваемый международным институтом развития менеджмента, на основе которого формируется рейтинг цифровой конкурентоспособности. Кроме того, влияние на итоговый уровень медиаграмотности оказывает «качество образования», на основе рейтинга международной программы по оценке образовательных достижений учащихся (PISA) от организации экономического сотрудничества и развития (OECD) и индекс развития информационно-коммуникационных технологий (ICT Development Index).

Таким образом, для оценки медиаграмотности в государстве или регионе целесообразнее всего анализировать комбинацию факторов: качество школьного образования (особенно PISA), уровень цифровых навыков взрослого населения и состояние медиасреды (например, уровень доверия к средствам массовой информации, свобода прессы).

Согласно указанным выше рейтингам, Российская Федерация ни по одному рейтингу не входит в 30 наиболее развитых с точки зрения медиаграмотности стран. Лидерами рейтингов являются Скандинавские страны (Финляндия, Швеция, Норвегия), США, Канада [16; 21; 22].

Основным отмечаемым недостатком медиаграмотности России отмечается разрыв между техническим доступом к информации и развитием критического мышления для его анализа.

С целью повышения критического мышления автором предлагается адаптация наиболее эффективных мер повышения медиаграмотности населения, применяемых в зарубежных государствах, которые являются лидерами рейтингов.

Финляндия является ярким примером эффективного развития медиаграмотности населения, что отмечается всеми рейтингами, связанными с медиаграмотностью населения, в подавляющем большинстве из которых Финляндия входит в пятёрку наиболее развитых государств. Основное преимущество скандинавской страны заключается во внедрении мер по повышению медиаграмотности в учебные процессы, начиная с детских садов и заканчивая курсами по повышению медиаграмотности для преподавателей высших учебных заведений. Создание системного подхода к восприятию дезинформации на примере Финляндии является основной мерой повышения медиаграмотности населения Российской Федерации. В число направлений анализируемой меры входят:

1. Интеграция в образование. Медиаграмотность является не отдельным предметом, а вплетена во все дисциплины, начиная с детского сада. Например, на истории учеников учат анализировать пропаганду, а на биологии проверять псевдонаучность статей. Адаптация под модель государственного управления в Российской Федерации подразумевает разработку и внедрение образовательного стандарта по медиаграмотности как сквозной компонент для всех уровней образования [8, с. 49];

2. Кадровые ресурсы. Обучение воспитателей, учителей и преподавателей методикам обучения медиаграмотности. Адаптация в Российской Федерации возможна в виде создания курсов повышения квалификации в области медиаграмотности для учителей гуманитарных наук [9, с. 85];

3. Фокус на критическом мышлении. В Финляндии фокус направлен на способы проверки получаемой информации, а не на конкретных случаях. В Российской Федерации целесообразен запуск общефедеральной кампании по разработке способов проверки информации и критике действующих методик

Фокус на проверке фактов и поддержка независимых инициатив яв-

ляется не менее значимой мерой повышения медиаграмотности в России. Наиболее развитыми странами в этом направлении являются Канада и некоторые страны Европейского союза. Основным их преимуществом является создание сети European Digital Media Observatory (EDMO) в Европейском союзе, основная цель которой – поддержка независимого мультидисциплинарного сообщества, проверяющего информационные факты, а также интеграция фактчекеров в крупнейшие платформы для проставления предупреждающих о возможной дезинформации меток [10, с. 48]. В Канаде подобную функцию выполняет проект MediaSmarts. Более того, государства оказывают грантовую поддержку на развитие подобных сетей.

С целью повышения медиаграмотности Российской Федерации в части проверки фактов и поддержки независимых инициатив автором предлагается:

1. Создание национального альянса по медиаграмотности при поддержке ключевых представителей СМИ, киноиндустрии и ведущих ВУЗов, основная задача которого будет заключаться в координировании направления и органом, осуществляющим аккредитацию фактчекеров;

2. Внедрение фактчекеров в крупнейшие отечественные IT-компании («ВКонтакте», «Яндекс» и другие) для внедрения инструментов проверки публикуемой информации сразу в интерфейсах поисковиков и социальных сетей [11, с. 11];

3. Разработка стандартов верификации для журналистов и блогеров.

США является лидером по работе с наиболее уязвимыми группами населения. В государстве активно развиты общественные инициативы, которые проявляются в проведении бесплатных семинаров по медиаграмотности местными сообществами и библиотеками при поддержке государства. Активно ведётся работа с лицами пожилого возраста как наиболее уязвимой группой населения, развиты специальные программы, направленные на защиту лиц пожилого возраста, которые чаще остальных оказываются жертвами фейков. В США такую роль выполняет социальная организация MediaWise. Кроме того, активно развиваются игровые форматы повышения медиаграмотности для подрастаю-

щего поколения, которые проявляются в проведение викторин и квизов по распознаванию медиаманипуляций [12, с. 125].

В Российской Федерации данные преимущества можно адаптировать. Так, общественные инициативы характеризуются активизацией работы публичных библиотек как центров медиапросвещения, что особенно актуально в посёлках, сёлах и малонаселённых городах. Работа с лицами пожилого возраста может проявляться в запуске государственной программы «Цифровое образование лиц пожилого возраста» на базе отделений союза пенсионеров, волонтеров и иных желающих с целью освещения основных направлений дезинформации и методов противодействия им [13, с. 109]. А игровые форматы повышения медиаграмотности в разработке приложений и игр совместно с передовыми IT-компаниями, направленными на повышение медиаграмотности населения, по мотивам популярных телешоу или с участием известных личностей.

Германия не входит в лидеры рейтингов, однако государство одним из первых приняло закон о соблюдении прав в интернете – NetzDG, обязывающий платформы удалять запрещённый

контент, что привело к существенному снижению количества дезинформации [14, с. 115]. Впоследствии этому примеру последовали и другие государства. Законодательство Российской Федерации также разработало Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», регулирующий деятельность платформ, однако целесообразно его дополнить с просветительской точки зрения: вместо запретов и удаления контента – разъяснять почему тот или иной контент заблокирован и/или не может быть опубликован с акцентом на цифровой гигиене в информационной среде. Дополнительно возможно создание портала, на котором медиаэксперты и юристы в области медиа обсуждают конкретные примеры нарушения законов в информационной среде [15, с. 20].

На основе предложенных выше мер повышения медиаграмотности формируется карта медиаграмотности, состоящая из четырёх уровней: государственного; образовательного; информационного; общественного. Карта медиаграмотности со способами её повышения, сгруппированными по уровням, указаны в таблице 1.

**Таблица 1.** Карта повышения медиаграмотности в Российской Федерации [составлено автором]

**Table 1.** Map of media literacy improvement in the Russian Federation [compiled by the author]

Уровень	Способы повышения медиаграмотности
Государственный уровень	Поддержка отечественных исследований в области повышения уровня медиаграмотности и информационных угроз с государственным и частным финансированием
	Создание межведомственной рабочей группы в области медиаграмотности (привлечение органов государственной власти)
	Принятие общегосударственной стратегии повышения медиаграмотности с ключевыми показателями эффективности
Образовательный уровень	Интеграция медиаграмотности в учебные планы школ и вузов
	Разработка курсов повышения квалификации в области медиаграмотности для педагогов и учителей
	Введение дополнительных предметов по повышению уровня медиаграмотности в педагогических вузах
Информационный уровень	Запуск крупной медиакампании с позитивным образом критически мыслящего гражданина
	Сотрудничество с блогерами для донесения государственной позиции относительно медиаграмотности для молодёжи и подрастающего поколения
Общественный уровень	Популяризация сети фактчекеров для проверки поступающей информации
	Создание сети волонтеров из добровольцев журналистов и психологов
	Государственная грантовая поддержка НКО, ведущая деятельность в области медиапросвещения
	Спонсирование хактонов и олимпиад в области медиаграмотности

Указанные нововведения потенциально могут столкнуться с рисками. Основные возможные риски путей повышения медиаграмотности указаны в таблице 2.

Актуальность предложенных нововведений обоснована индексом цифровой грамотности населения, согласно которому на конец 2024 года низким уровнем цифровой грамотности в России обладают 30 % граждан [16]. Для сравнения: доля граждан с низким уровнем цифровой грамотности наиболее развитых стран Европейского союза составляет 16-25 % [22]. По этому показателю Россия превосходит, в частности, Болгарию, Румынию, Италию, Грецию и Португалию, незначительно уступает Венгрии и Польше [16].

Таким образом можно сделать вывод, что повышение медиаграмотности в Российской Федерации на основе зарубежного опыта не должно сводиться к копированию зарубежных методов, которые могут быть не актуальными для текущей модели государственного управления [17, с. 42]. Повышение медиаграмотности на основе зарубежного опыта – создание синтезированной модели, которая была бы реализована наиболее успешно с использованием системности в образовании на примере Финляндии, гибкостью в работе с различными аудиториями на примере США и сетью фактчекеров на примере Канады и Европейского союза, а также при помощи координации и регулирования со стороны субъектов государственного управления в медиасфере. Повышение медиаграмотности способно обеспечить интеллектуальный и психологический суверенитет страны [18, с. 31].

На основании предложенных путей повышения медиаграмотности можно

заключить, что государственное управление в области повышения медиаграмотности наиболее эффективно в случае, когда государство выступает создателем стабильной экосистемы и катализатором кооперации, а не обычным контролёром, в чьи функции входит жёсткое регулирование и контроль медиапроектов. Сама медиаграмотность в этом случае является сквозной задачей, интегрированной во все сферы жизнедеятельности населения, а не отдельной PR-кампанией. При этом основной задачей государственного управления в области повышения медиаграмотности является создание институциональных рамок, таких как стандарты, социальные фонды и образовательные центры, финансового и иного стимулирования экспертов в области медиаграмотности, некоммерческих организаций и частного бизнеса для совместных выработок методик и инструментов по повышению медиаграмотности населения. Ключевой функцией государства, в этом случае, является объективная оценка эффективности реализации поставленных задач и создание спроса на наиболее качественные продукты в области медиаграмотности.

Фактически, развитие медиаграмотности населения сместит фокус государственного управления в медиасфере с контроля над отраслью на развитие способностей населения самостоятельно ориентироваться в ней и проводить объективный анализ поступающей информации для формирования действительной картины мира, что, в свою очередь, минимизирует множество политических и идеологических рисков, а также оптимизирует трудозатраты субъектов государственного управления в медиасфере, тем са-

**Таблица 2.** Потенциальные риски при реализации путей повышения медиаграмотности населения и способы их минимизации [составлено автором]

**Table 2.** Potential risks in the implementation of ways to increase media literacy of the population and ways to minimize them [compiled by the author]

Потенциальный риск	Способ минимизация риска
Курсы по медиаграмотности могут превратиться в инструмент пропаганды, а не в инструмент критического мышления	Акцентирование внимания на универсальных навыках проверки достоверности источника; проверка на логические ошибки и анализ доказательств
Формальный подход к курсам по повышению медиаграмотности	Использование практических примеров, возникающих в реальном времени
Недоверие к государству	Привлечение к работе общественных деятелей, независимых журналистов и учёных, пользующихся доверием у населения

мым повысив его эффективность.

Медиаграмотность – это не роскошь, а базовая гигиена сознания в цифровую эпоху [19, с. 41]. Это навык, который позволяет человеку быть не пассивным потребителем информации, а активным, критически мыслящим гражданином, способным защитить себя от манипуляций и принимать взвешенные решения. Инвестиции в медиаграмотность – это инвестиции в устойчивое и здоровое будущее общества [20, с. 155].

#### Выводы

Проведённое исследование, базировавшееся на комплексном анализе теоретических подходов к определению медиаграмотности, оценке текущего состояния данного феномена в Российской Федерации и сопоставлении институциональных механизмов её формирования в странах-лидерах, позволяет сформулировать ряд взаимосвязанных выводов, имеющих как теоретико-методологическое, так и прикладное значение для совершенствования системы государственного управления.

Во-первых, в ходе исследования подтверждена исходная гипотеза о том, что медиаграмотность населения трансформируется из категории социально-культурного развития в фактор национальной безопасности и эффективности государственного администрирования. Дефицит критического мышления и навыков верификации информации у граждан продуцирует возрастание нагрузки на правоохранительную систему (вследствие роста виктимности в отношении кибермошенничеств), на систему социальной защиты (в силу большей уязвимости отдельных категорий населения перед деструктивным контентом) и на сам аппарат управления, вынужденный реагировать на информационные вбросы и панические настроения, дестабилизирующие социально-экономическую обстановку. Особую остроту данная проблема приобретает в отношении государственных служащих, чья профессиональная деятельность непосредственно связана с обработкой значительных массивов информации и подготовкой управленческих решений. Отсутствие у данной категории лиц сформированных медиакомпетенций создаёт прямые репутационные риски для органов власти и снижает качество экспертно-аналитического

обеспечения управленческого цикла.

Во-вторых, результаты компаративного анализа, проведённого посредством монографического исследования страновых моделей Финляндии, Канады, США и Германии, позволили идентифицировать ключевые институциональные факторы, обуславливающие высокий уровень медиаграмотности населения в этих государствах. К числу таких факторов относятся: системная интеграция медиаобразовательного компонента в учебные программы всех уровней (от дошкольного до высшего образования), реализуемая не как отдельная дисциплина, а как сквозная линия, пронизывающая преподавание различных предметов (финляндская модель); создание устойчивых сетей фактчекинговых организаций, получающих государственную поддержку и интегрированных в интерфейсы крупнейших цифровых платформ (канадский и общеевропейский подход); адресная работа с наиболее уязвимыми категориями населения (пожилые граждане, жители удалённых территорий) через институты публичных библиотек и волонтёрские организации (американская практика); а также законодательное регулирование, ориентированное не только на блокировки, но и на просветительскую функцию, предполагающую разъяснение причин ограничения доступа к информации (германский опыт имплементации NetzDG). Выявленные институциональные решения образуют эвристическую базу для адаптации к российской модели государственного управления.

В-третьих, на основе синтеза адаптированных зарубежных практик и учёта институциональной специфики Российской Федерации автором разработана многоуровневая модель повышения медиаграмотности населения, структурированная по четырём уровням воздействия (государственный, образовательный, информационный, общественный). Предложенная модель (таблица 1) отличается от существующих подходов тем, что рассматривает медиаграмотность не как изолированную PR-кампанию или узкоспециализированное направление образовательной политики, а как сквозную управленческую задачу, требующую координации усилий различных ведомств, привлечения институтов гражданского общества и частного сек-

тора. Государству в этой модели отводится роль не тотального контролёра, а создателя институциональных рамок (стандартов, фондов, образовательных центров) и катализатора кооперации между экспертами, некоммерческими организациями и IT-компаниями. Такой подход, как показано в исследовании, позволяет минимизировать риски формального исполнения мероприятий и недоверия к государственным инициативам.

В-четвёртых, проведённый сценарный анализ потенциальных рисков реализации предложенных мер (таблица 2) позволил не только идентифицировать возможные девиации (превращение курсов в инструмент пропаганды, формальный подход, недоверие целевых аудиторий), но и разработать способы их минимизации. В частности, обоснована необходимость акцентирования внимания на универсальных навыках проверки достоверности источников и логического анализа доказательств, а также привлечения к реализации программ общественных деятелей и независимых экспертов, пользующихся доверием у различных групп населения. Данный прогностический компонент придаёт предложенной модели прагматическую направленность и повышает вероятность её успешной имплементации.

В-пятых, количественное обоснование актуальности предложенных мер, базирующееся на данных индекса цифровой грамотности населения России (30 % граждан с низким уровнем) и сопоставлении с показателями стран Европейского союза, подтверждает наличие значительного резерва для повышения эффективности государственного управления в исследуемой сфере. При этом, как подчёркивается в работе, повышение медиаграмотности не должно сводиться к механическому копированию зарубежных методов. Требуется создание синтезированной модели, сочетающей системность финляндского подхода в образовании, гиб-

кость американских практик работы с различными аудиториями, сетевую организацию фактчекинга по канадскому образцу и координационно-регулирующую функцию государства, реализуемую с учётом просветительского потенциала законодательства. Реализация такой модели способна обеспечить не только защиту отдельных граждан от деструктивного информационного воздействия, но и укрепление интеллектуального и психологического суверенитета страны в целом.

Резюмируя изложенное, следует заключить, что медиаграмотность в цифровую эпоху перестаёт быть факультативным навыком и становится базовым элементом информационной гигиены, необходимым условием сохранения когнитивного здоровья нации. Для системы государственного управления инвестиции в повышение медиаграмотности населения представляют собой стратегическое вложение, обеспечивающее долгосрочное снижение административных издержек на противодействие дезинформации, минимизацию политико-идеологических рисков и повышение качества кадрового состава государственной службы за счёт формирования у служащих устойчивых медиакомпетенций. Развитие медиаграмотности, таким образом, следует рассматривать не как второстепенное направление социальной политики, а как один из приоритетных векторов модернизации государственного управления, обеспечивающий его адаптацию к вызовам информационной эпохи. Перспективы дальнейших исследований в данной области могут быть связаны с разработкой методик оценки эффективности конкретных медиаобразовательных интервенций, а также с углублённым изучением корреляции между уровнем медиаграмотности различных категорий государственных служащих и качеством принимаемых ими управленческих решений.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Дзялошинский И.М. Формирование коммуникативной культуры личности с помощью инструментов медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2023. Т. 37, № 3. С. 7-20.
2. Козицька Т. Медиаграмотность: практическое учебное пособие. Казахстан: IREX Europe, 2018. 77 с.
3. Фёдоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма. 2004. 340 с.

4. Котляр П.С. Медиаграмотность в условиях развития цифровых технологий // Вестник Вятского государственного университета. 2017. № 8. С. 26-32.
5. Суходолов А.П., Бычкова А.М. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначения, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. № 6(2). С. 143-169.
6. Соколова Д.В. Фактчекинг и верификация информации в российских СМИ: результаты опроса // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2024. № 4. С. 3-25.
7. Mihailidis P. Civic Media Literacies: Re-Imagining Engagement for Civic Intentionality. Learning, Media and Technology. 2018. Vol. 43. No. 2. P. 152-164.
8. Ваганова О.И., Смирнова Ж.В., Трутанова А.В. Организация проектной деятельности бакалавров в образовательном процессе вуза // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 56-1. С. 44-50.
9. Дорожук Е.С. Медиаграмотность будущего журналиста в системе профессиональной компетентности работника медиасферы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4(26). С. 83-87.
10. Белоедова А.В. Явление фактчекинга в современных журналистских практиках // Дискурсология и медиакритика средств массовой информации. 2021. С. 47-53.
11. Донских А.Г. Медиаправовая грамотность как новая компетенция в цифровой среде // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2023. № 2(48). С. 6-12.
12. Городнова А.А. Развитие информационного общества. Москва: Юрайт, 2020. 243 с.
13. Шариков А.В. Концепции цифровой грамотности: российский опыт // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2022. Т. 3, № 3. С. 96-112.
14. Добробаба М.Б. Дипфейки как угроза правам человека // Lex Russica. 2022. № 11(192). С. 112-119.
15. Гарифуллин В.З. Манипуляции сознанием аудитории как нарушение принципов медиаэтики. Москва: Фонд региональных инициатив, 2021. С. 19-27.
16. Индекс цифровой грамотности – 2024. Аналитический центр НАФИ. Москва, 2024. URL: <https://nafi.ru/analytics/indeks-tsifrovoy-gramotnosti-2024-tsifrovaya-gramotnost-rossiyan-ne-rastet-tretiy-god-podryad-/?ysclid=mhropz3uqd403732664>.
17. Качкаева А.Г., Желтухина А.Г., Шомова С.А. Медиаграмотность и критическая автономия в эпоху «коммуникативного капитализма», «эмпатичных медиа» и «чувствительных данных» // СОЦИОДИГГЕР. 2021. Т. 2, № 6(11). С. 4-46.
18. Быков И.А., Медведева М.В. Медиаграмотность как часть системы информационной безопасности // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: История и политические науки. 2020. № 1. С. 24-32.
19. Базаркулова К.Ю. Использование приёмов «медиаграмотности» для распознавания fake news // Научные записки молодых исследователей. 2022. Т. 10, № 5. С. 36-45.
20. Желтухина М.Р. Донскова Л.А., Зеленская Л.Л. Медиаграмотность в цифровую эпоху: технологии формирования // Науки об образовании. 2023. С. 153-156.
21. ICT Development Index by Country 2025. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/ict-development-index-by-country>.
22. Shaping Europe's digital future. URL: [https://digital-decade-desi.digital-strategy.ec.europa.eu/datasets/desi/charts/desi-indicators?period=desi\\_2024&indicator=desi\\_dsk\\_bab&breakdown=ind\\_total&unit=pc\\_ind&country=AT,BE,BG,HR,CY,CZ,DK,EE,EU,FI,FR,DE,EL,HU,IE,IT,LV,LT,LU,MT,NL,PL,PT,RO,SK,SI,ES,SE](https://digital-decade-desi.digital-strategy.ec.europa.eu/datasets/desi/charts/desi-indicators?period=desi_2024&indicator=desi_dsk_bab&breakdown=ind_total&unit=pc_ind&country=AT,BE,BG,HR,CY,CZ,DK,EE,EU,FI,FR,DE,EL,HU,IE,IT,LV,LT,LU,MT,NL,PL,PT,RO,SK,SI,ES,SE).

### *Информация об авторе*

Печенкин Данил Вадимович – аспирант

## **REFERENCES**

1. Dzyaloshinsky, I.M. (2023). Formation of communicative culture of personality using media education tools. Media. Information. Communication. 37(3);7-20. (In Russ.)
2. Kozitskaya, T. (2018). Media Literacy: A Practical Textbook. Kazakhstan: IREX Europe. 77. (In Russ.)
3. Fedorov, A.V. (2004). Media Education and Media Literacy. Taganrog: Kuchma Publishing House. 340. (In Russ.)
4. Kotlyar, P.S. (2017). Media literacy in the context of digital technology development. Bulletin of Vyatka State University. (8);26-32. (In Russ.)
5. Sukhodolov, A.P., Bychkova, A.M. (2023). «Fake news» as a phenomenon of the modern media space: concept, types, purpose, countermeasures. Issues of Theory and Practice of Journalism. 6(2);143-169. (In Russ.)
6. Sokolova, D.V. (2024). Fact-checking and information verification in Russian media: survey results. Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism, (4);3-25. (In Russ.)

7. Mihailidis, P. (2018). Civic Media Literacies: Re-Imagining Engagement for Civic Intentionality. *Learning, Media and Technology*. 43(2);152-164.
8. Vaganova, O.I., Smirnova, Zh.V., Trutanova, A.V. (2017). Organization of project activities of bachelors in the educational process of the university. *Problems of Modern Pedagogical Education*. (56-1);44-50. (In Russ.)
9. Doroshchuk, E.S. (2021). Media literacy of a future journalist in the system of professional competence of a media worker. *Sign: Problematic Field of Media Education*. (4);83-87. (In Russ.)
10. Beloedova, A.V. (2021). The phenomenon of fact-checking in modern journalistic practices. In: *Discursology and Media Criticism of Mass Media*. 47-53. (In Russ.)
11. Donskikh, A.G. (2023). Media legal literacy as a new competence in the digital environment. *Sign: Problematic Field of Media Education*. (2);6-12. (In Russ.)
12. Gorodnova, A.A. (2020). *Development of the Information Society*. Moscow: Yurayt. 243. (In Russ.)
13. Sharikov, A.V. (2022). Concepts of digital literacy: Russian experience. *Communications. Media. Design*. 3(3);96-112. (In Russ.)
14. Dobrobaba, M.B. (2022). Deepfakes as a threat to human rights. *Lex Russica*. (11);112-119. (In Russ.)
15. Garifullin, V.Z. (2021). Manipulation of audience consciousness as a violation of media ethics principles. Moscow: Regional Initiatives Foundation. 19-27. (In Russ.)
16. Digital Literacy Index – 2024 (2024). NAFI Analytical Center. Moscow. URL: <https://nafi.ru/analytics/indeks-tsifrovoy-gramotnosti-2024-tsifrovaya-gramotnost-rossiyan-netet-tretiy-god-podryad-/?ysclid=mhropz3uqd403732664>. (In Russ.)
17. Kachkaeva, A.G., Zheltukhina, A.G., Shomova, S.A. (2021). Media literacy and critical autonomy in the era of «communicative capitalism», «empathetic media» and «sensitive data». *SOCIODIGGER*. 2(6);4-46. (In Russ.)
18. Bykov, I.A., Medvedeva, M.V. (2020). Media literacy as part of the information security system. *Bulletin of Moscow State Regional University. Series: History and Political Sciences*. (1);24-32. (In Russ.)
19. Bazarkulova, K.Yu. (2022). Using media literacy techniques to recognize fake news. *Scientific Notes of Young Researchers*. 10(5);36-45. (In Russ.)
20. Zheltukhina, M.R., Donskova, L.A., Zelenskaya, L.L. (2023). Media literacy in the digital age: technologies of formation. *Educational Sciences*, 153-156. (In Russ.)
21. ICT Development Index by Country 2025. *World Population Review*. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/ict-development-index-by-country>.
22. Shaping Europe's digital future (2024). Digital Decade DESI. URL: [https://digital-decade-desi.digital-strategy.ec.europa.eu/datasets/desi/charts/desi-indicators?period=desi\\_2024&indicator=desi\\_dsk\\_bab&breakdown=ind\\_total&unit=pc\\_ind&country=AT,BE,BG,HR,CY,CZ,DK,EE,EU,FI,FR,DE,EL,HU,IE,IT,LV,LT,LU,MT,NL,PL,PT,RO,SK,SI,ES,SE](https://digital-decade-desi.digital-strategy.ec.europa.eu/datasets/desi/charts/desi-indicators?period=desi_2024&indicator=desi_dsk_bab&breakdown=ind_total&unit=pc_ind&country=AT,BE,BG,HR,CY,CZ,DK,EE,EU,FI,FR,DE,EL,HU,IE,IT,LV,LT,LU,MT,NL,PL,PT,RO,SK,SI,ES,SE).

#### *Information about the author*

Danil V. Pechenkin – postgraduate student

*Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.*

*The author declares no conflicts of interests.*

Поступила в редакцию (Reserved) 02.12.2025

Поступила после рецензирования 29.12.2025

Принята к публикации (Accepted) 10.03.2026