

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ  
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

*На правах рукописи*

Кафедра политических наук

**Информационно-коммуникационные технологии формирования  
политического сознания**

**АВТОРЕФЕРАТ**  
магистерской работы

студентки 2 курса 264 группы  
направления подготовки 41.04.04 «Политология»; «Государственная  
политика и управление»  
юридического факультета  
Казаковой Надежды Васильевны

Научный руководитель  
к.п.н., доцент

\_\_\_\_\_

В.Г. Семенова

Заведующий кафедрой  
д.п.н., профессор

\_\_\_\_\_

А.А.Вилков

Саратов 2020

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

**Актуальность темы.** В последние несколько лет (а, возможно, и десятилетий) влияние средств массовой коммуникации на политические процессы становится все более заметным. Журналистские материалы все чаще самым непосредственным образом влияют как на внутреннюю, так и на внешнюю политику государств. Более того, иногда именно результаты деятельности массмедиа оказывают едва ли не решающее воздействие не только на принятие политических решений внутри страны, но и на характер и содержание складываемого политического сознания граждан.

В науке политическая роль прессы традиционно привлекает к себе большое внимание ученых. Отечественными и зарубежными специалистами анализируются самые различные связанные с этим аспекты: особенности функционирования СМИ в условиях электоральных кампаний, специфика политической субъектности журналистского сообщества, соотношение традиционных и новых медиа, роль «четвертой власти» в стабильном функционировании демократии и тому подобные вопросы.

Особенно часто изучается способность СМИ влиять на сознание их аудитории. В этой связи исследуются многочисленные составляющие манипулятивного потенциала прессы – ее способности внушать людям те взгляды, установки и ценности, которые представляются важными (или – чаще – выгодными) самим создателям медиасообщений.

Вместе с тем, на сегодняшний день гораздо реже изучается то, каким образом обычные люди могут хотя бы частично защитить себя от потоков не всегда проверенной, сбалансированной и объективной информации, а порой – и откровенной лжи. Как понять, где правда, а где ложь? Где и каким образом можно проверить достоверность сообщаемых журналистами фактов? Что нужно знать о наиболее распространенных сегодня методах манипулирования? Набор соответствующих знаний, умений и навыков человека по критическому анализу информационных сообщений принято называть медийной грамотностью.

В каком-то смысле формирование медийной грамотности конкретного человека также можно рассматривать в качестве информационно-коммуникационной технологии конструирования политического сознания человека. Только в данном случае субъектом этого процесса являются не внешние по отношению к индивиду акторы (СМИ, государство, институты гражданского общества и т.д.), а он сам. И именно в данных ракурсе и контексте этот феномен будет рассматривать в настоящей выпускной квалификационной работе.

Анализ посвященных медийной грамотности научных трудов дает нам основания утверждать, что чаще всего медиаграмотность рассматривается в контексте медиаобразования и педагогики. Попытки же рассмотреть политическую составляющую медийной грамотности предпринимаются значительно реже. Между тем, мы убеждены в том, что в таком ракурсе – сквозь призму ее влияния на политику – медиаграмотность также обладает значительным потенциалом.

В частности, полагаем, что этот феномен особенно важен в плане складывания у человека определенного типа политического сознания: от того, откуда индивид узнает о происходящих в мире политики событиях и как он перерабатывает поступающие к нему медиасообщения, во многом зависит то, насколько объективной политической информацией человек располагает и насколько эффективно его участие в политике.

Таким образом, получается, что тема данного исследования весьма актуальна как в теоретическом, так и в практическом отношениях. Научная разработка этой проблемы даст возможность предложить новый ракурс рассмотрения комплекса связанных с медийной грамотностью проблем, а также сформулировать конкретные практические рекомендации по противостоянию манипулятивному воздействию со стороны журналистов.

**Степень научной разработанности темы.** В силу своей постоянно возрастающей значимости данная проблематика привлекает к себе все более значительный интерес ученых. В отечественной и зарубежной науке

появляется все больше посвященных этому работ. По нашим наблюдениям, в Европе и США фокус рассмотрения данной тематики постепенно смещается в сторону медиаобразования и медиаграмотности. Западные коммуникативисты и педагоги разрабатывают методики обучения людей (прежде всего – учащихся школ и студентов) механизмам защиты от избыточного и потенциально недостоверного контента, стараются привить им навыки критического анализа медиасообщений, научить самостоятельно проверять достоверность изложенной журналистом информации, аутентичность фотоизображений и т.д.<sup>1</sup>

Существенная часть исследований посвящена анализу теоретико-методологических и концептуальных основ взаимодействия массмедиа и политических институтов. Что характерно, и в западной, и в отечественной науке тон в данном случае по-прежнему задают труды зарубежных классиков коммуникативистики: У. Липпманна<sup>2</sup>, Дж. Дьюи<sup>3</sup>, Г. Лассуэлла<sup>4</sup>, Г. Алмонда и С. Вербы<sup>5</sup>, Т. Адорно и М. Хоркхаймера<sup>6</sup>, П. Лазарсфельда и Р. Мертона<sup>7</sup>, М. Маклюэна<sup>8</sup>, Т.А. ван Дейка<sup>9</sup>, М. Кастельса<sup>10</sup>, Б. Коэна<sup>11</sup>, Дж. Гербнера<sup>12</sup>, Д.

---

1 См., напр.: Adams D., Hamm M. (2001) *Literacy in a Multimedia Age*. Norwood, MA: Christopher-Gordon Publishers; Aufderheide P. (Ed.) (1993) *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen; Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on global developments in media literacy education: bridging theory and practice. *Journal of Media Literacy Education* 3(2): 66–73; Mackey M. (2007) *Literacies across Media*, 2nd ed. New York: Routledge; Potter W. (2008). *Media Literacy*. Los Angeles: Sage Publications.

2 Lippmann W. (1922). *Public opinion*. N.Y. 427 pp.

3 Dewey J. (1927). *The public and its problems*. New York: Holt. 195 pp.

4 Lasswell H.D. (1965). *World Politics and Personal Insecurity*. N.Y: Free Press. 238 pp.

5 Almond G. (1989). The intellectual history of the civic culture concept. – Almond G., Verba S. (eds.) *The civic culture revisited*. London. 432 pp.; Almond G. (1994). Foreword: the return to political culture. – Diamond L. (ed.) *Political culture and democracy in developing countries*. Boulder; Almond, G., Verba, S. (1963). *The civic culture: political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, N.J: Princeton University Press. 574 pp.

6 Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. М, СПб: Медиум, Ювента, 1997. 312 с.

7 Lazarsfeld P.F., Merton R.K (1948) ‘Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action’, in L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper, 95-118.

8 McLuhan M. (1964). *Understanding media*. New York: McGraw Hill. 359 pp.

Маккуэйла<sup>13</sup> и др. Можно сказать, что, даже рассуждая о современном состоянии политико-коммуникационной сферы, многие ученые отталкиваются в том числе от тех схем, моделей и концепций, что были разработаны еще в середине XX века или даже раньше. Не умаляя значимости вклада предшественников (многие из предложенных ими теоретических конструкций до сих пор работают!), считаем, тем не менее, что давно назрела необходимость более активного использования относительно «свежих» (и поэтому менее известных) наработок современников. Тем более, что отдельные активно изучаемые сегодня феномены (например, постправда или фейки) оформились сравнительно недавно и потому настоятельно требуют всестороннего анализа их свойств, причин и последствий.

Схожая тенденция ориентации на работы западных ученых проявляется и при анализе используемых журналистами приемов воздействия на аудиторию. Кроме трудов упомянутых выше специалистов, здесь особенно востребованными являются публикации Дж. Поттера и К. Риддла<sup>14</sup>, Дж. Брайанта и Д. Цильманна<sup>15</sup>, Дж. Маклеода, Дж. Козицки и З.

---

9 Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: ЛИБРОКОМ. 2013. 344 с.

10 Кастельс М. Галактика Интернет. Екатеринбург: У-Фактория (при участии издательства Гуманитарного университета), 2004. 328 с.

11 Cohen B.C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton. 288 pp.

12 Gerbner G. (1967). An institutional approach to mass communications research. In L. Thayer (Ed.), *Communication theory and research: Proceedings of the First International Symposium* (pp. 429-445). Springfield, IL: Charles C. Thomas; Gerbner G. (1969). Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems. In G. Gerbner, O. Holsti, K. Krippendorff, W.J. Paisley, P.J. Stone (Eds.), *The analysis of communication content: Developments in scientific theories and computer techniques* (pp. 123-132). New York, NY: John Wiley & Sons.

13 McQuail D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5<sup>th</sup> ed.). London, England: Sage Publications. 616 pp.

14 Potter W.J. (2011). Conceptualizing mass media effect. *Journal of Communication*, 61 (5), 897-901; Potter W.J., Riddle K. (2007). A content analysis of the media effects literature. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84, 90-104.

Пана<sup>16</sup>, Е. Катца<sup>17</sup>, Л. Гроссберга, Е. Вартеллы и Д. Уитни<sup>18</sup>, Д. Баркера и А. Лоренса<sup>19</sup>, П. Росслера и М. Шенка<sup>20</sup>.

С одной стороны, обращение к наследию европейских и заокеанских коллег, вне всяких сомнений, позволяет обогатить отечественный опыт анализа средств влияния на политическое сознание людей, посмотреть на эту проблему с иного ракурса и расширить собственный методологический арсенал. С другой стороны, немногостораживает тот факт, что большинство из них основывают свои теории и подходы на принципиально иной общественно-политической «почве» и практике. А потому нет полной уверенности в том, что выявленные зарубежными коллегами особенности и закономерности окажутся в полной мере применимыми в современных российских условиях.

Впрочем, подобное преобладание западных наработок имеет свое логическое объяснение. Дело в том, что в отечественной научной традиции более востребованным является несколько иной подход к объяснению механизмов влияния СМИ на аудиторию. Так, если за рубежом это чаще рассматривается сквозь призму теории медиаэффектов, то в нашей стране предпочитают говорить в терминах медиаманипулирования. И здесь у нас

---

15 Bryant J., Zillmann D. (2009). A retrospective and prospective look at media effects. In R.L. Nabi, M.B. Oliver (Eds.). *The Sage handbook of media processes and effects* (pp. 9-17). Los Angeles, CA: Sage.

16 McLeod J.M., Kosicki G.M., Pan Z. (1991). On understanding and misunderstanding media effects. In J. Curran & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (pp. 235-266). New York: Edward Arnold.

17 Katz E. (2001). Lazarsfeld's Map of Media Effects. *International Journal of Public Opinion Research* 13.3: 270-279.

18 Grossberg L., Wartella E., Whitney D.C. (1998). *Mediamaking: Mass media in a popular culture*. Thousand Oaks, CA: Sage. 219 pp.

19 Barker D.C, Lawrence A.B. (2006). Media Favoritism and Presidential Nominations: Reviving the Direct Effects Model. *Political Communication*, 23.1: 41-59.

20 Rossler P., Schenk M. (2000). Cognitive Bonding and the German Reunification: Agenda-setting and Persuasion Effects of Mass Media. *International Journal of Public Opinion Research*, 12.1: 29-47.

есть собственные классики. Благодаря работам Е.Л. Доценко<sup>21</sup>, Г.В. Грачева и И.К. Мельника<sup>22</sup>, С.Г. Кара-Мурзы<sup>23</sup>, А.А. Даниловой<sup>24</sup> и многих других широчайший спектр используемых журналистами средств воздействия на массовое сознание можно считать достаточно хорошо изученным.

На наш взгляд, при всей близости понятий «медиаэффекты» и «медиаманипулирование» между ними все же есть определенная разница. «Медиаэффекты» предполагают как бы спонтанное влияние журналистских материалов на чувства и представления людей; эффекты в данном случае приобретают едва ли не косвенный характер. «Медиаманипулирование» же подразумевает целенаправленный характер оказываемого воздействия, которое, к тому же, может носить латентный характер. В этом смысле более функциональной мы считаем распространенную в отечественной политической коммуникативистике традицию анализа. Полагаем, что, по крайней мере, применительно к нашей стране, она называет вещи своими именами и тем самым позволяет более точно и объективно оценить существующие реалии.

Отдельный блок работ посвящен различным аспектам медиаобразования и медиаграмотности. С учетом того, что в своем нынешнем виде медийная грамотность зародилась и институционально оформилась на Западе, вполне закономерно, что и здесь львиная доля использованных нами публикаций принадлежит труду иностранных авторов: П. Ауфдерхайд<sup>25</sup>, Дж. Поттер<sup>26</sup>, Р. Хоббс<sup>27</sup>, Д. Келлнер и Дж. Шэа<sup>28</sup>, А. Силверблатт<sup>29</sup> и др.

---

21 Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защиты. М., 1997. 344 с.

22 Грачев Г.В, Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М.: Эксмо, 1999. 235 с.

23 Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. Век XXI. М.: Алгоритм, 2015. 640 с.

24 Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М.: «Добросвет», «Издательство «КДУ», 2009. 232 с.

25 Aufderheide P. (Ed.) (1993). *Media literacy: A report of the national leadership conference on media literacy*. Aspen, CO: Aspen Institute.

Характерно, что единства мнений среди них до сих пор нет по целому ряду вопросов: ученые спорят о пределах вмешательства в медиаобразовательные процессы со стороны государства, медиасообщества и родителей, об оптимальных формах и практиках распространения медиаграмотности, о наиболее эффективных методах борьбы с фейками и о некоторых других неоднозначных моментах. На этом фоне гораздо более гомогенным представляется спектр мнений отечественных ученых, специализирующихся на данной проблематике. По большому счету, можно сказать, что в России есть один ярко выраженный центр анализа вопросов, связанных медиаобразованием (научная школа профессора А.В. Федорова) и еще минимум два центра, специализирующихся на более широком круге имеющих к этому отношение вопросов – НИУ «Высшая школа экономики» и журфак МГУ имени М.В. Ломоносова.

Анализ работ отечественных авторов дает нам основания утверждать, что чаще всего медийная грамотность рассматривается в них либо с позиций педагогики<sup>30</sup>, либо же с точки зрения лингвистики<sup>31</sup>, медиапотребления и

---

26 Potter W.J. (2001). *Media literacy*. Thousand Oaks. London: Sage Publications. 423 pp.; Potter W.J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage. 320 pp.

27 Hobbs R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1): 16-32; Hobbs R., Frost R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly*, 38: 330-355.

28 Kellner D., Share J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3): 369-386.

29 Silverblatt A. (2001). *Media literacy*. Westport, Connecticut – London: Praeger. 464 pp.; Silverblatt A., Eliceiri E. (1997). *Dictionary of media literacy*. Westport, CT: Greenwood Press. 248 pp.

30 См., напр.: Жижина М.В. Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности // Медиаобразование. 2016. №4. С. 47-65; Федоров А. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: ЦВВР, 2001. 708 с.; Федоров А.В., Левицкая А.А. Синтез медиаграмотности и медиакритики в современном мире: результаты международного экспертного опроса // Медиаобразование. 2015. №3. С. 9-31; Федоров А., Чельшева И. Медиаобразование в России: краткая история развития. Таганрог: Познание, 2002. 266 с.; Чельшева И.В., Михалева Г.В. Массовое медиаобразование: перспективы взаимодействия России и Великобритании // Медиаобразование. 2015. №4. С. 42-54.



журналистики<sup>32</sup>. Политическая же составляющая интересующего нас феномена на данный момент, можно сказать, еще не раскрывалась.

Очень мало и работ, в которых с позиций медиаграмотности оценивались бы возможности использования специализированного программного обеспечения и политической медиаметрии. В большинстве из них речь, скорее, идет о самих этих методах в контексте информационного противоборства<sup>33</sup>.

В целом, несмотря на достаточно большое количество посвященных этому исследований, мы, тем не менее, полагаем, что далеко не все грани этой проблематики изучены в достаточной мере. В частности, одним из перспективных направлений дальнейшего развития этой тематики считаем

---

31 См., напр.: Добросклонская Т.Г. Методы анализа видео-вербальных текстов // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 13-25; Мухортов Д.С., Краснова А.В. Дискурсивные маркеры манипуляции как реализация субъективно-оценочного акта говорящего // Политическая лингвистика. 2016. № 6(60). С. 120-125; Чобанян К.В. Языковые средства и приемы привлечения внимания зрителей телевизионных новостей (на материале шапок и шпигелей телеканала Си-эн-эн) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2015. №3. С. 80-99; Якунин С.А. Лингвистические средства ведения информационной войны // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 77-82.

32 См., напр.: Вырковский А.В., Любимцева М.А. Восприятие аудиторией различных видов текста в российских деловых интернет-СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2015. №2. С. 143-167; Зуйкина К.Л., Соколова Д.В. Специфика контента российских фейковых новостей в интернете и на телевидении // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. №4. С. 3-22; Полуэхтова И.А. Исследования аудитории и медиапотребления в цифровой среде: методологические и практические проблемы // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2199>; Черевко Т.С., Дунас Д.В., Толоконникова А.В. Новости в условиях интернетизации: анализ новостного потребления студентов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. №1. С. 3-25.

33 См., напр.: Антоненкова А.С., Корконосенко С.Г. Информационное противоборство в зеркале политической медиаметрии // Социально-гуманитарные знания. 2018. №12. С. 167-179; Ермикова М.С. Анализ интернет-технологий в российско-украинской информационной войне в 2019 году // Информационные войны. 2019. №4. С. 28-32; Мицкевич А. Политическая медиаметрия: управленческо-прикладные аспекты // Научные труды Республиканского института высшей школы. 2019. №18. С. 201-206; Николайчук И.А. Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России. М.: РИСИ, 2015. 230 с.

изучение именно технологической составляющей формирования личностью собственного политического сознания.

**Цель исследования** заключается в обосновании технологичности формирования медиаграмотности и демонстрации ее роли в складывании политических взглядов, ценностей и поведенческих установок человека.

Исходя из цели исследования, можно выделить следующие **задачи исследования**:

- проанализировать политические аспекты медиаманипулирования;
- выявить инструментальные характеристики повестки дня в контексте управления политической информацией;
- раскрыть роль Доктрины информационной безопасности РФ в формировании контрманипулятивных навыков человека;
- систематизировать способы влияния на сознание аудитории и варианты противодействия им;
- разработать собственный вариант измерения манипулятивного потенциала политических текстов.

**Объектом** данного исследования являются информационно-коммуникационные технологии, при помощи которых формируется политическое сознание индивидов.

**Предметом** данного исследования является взаимодействие человека с окружающей его медиасредой, навыки переработки и критического осмысления огромных потоков информации о политике.

Для решения поставленных в работе задач был использован комплекс научных **методов и подходов** – общенаучных (анализ, синтез, сравнение) и специфических для этой сферы. К числу последних в первую очередь относятся качественный контент-анализ и дискурс-анализ, использовавшиеся нами при исследовании текстов средств массовой информации и нормативно-правовых актов.

**Источниковую базу исследования** составили труды российских и зарубежных ученых, материалы средств массовой информации и

нормативно-правовые акты (Конституция РФ, Доктрина информационной безопасности и т.д.)

На основе проведенного исследования сформулированы следующие **основные положения, выносимые на защиту:**

- целенаправленная работа человека по повышению уровня собственной медийной грамотности вполне может рассматриваться как информационно-коммуникационная технология формирования его политического сознания. Выработывая навыки критического осмысления транслируемой массмедиа информации, человек становится менее уязвимым перед многочисленными используемыми журналистами манипулятивными тактиками и стратегиями и тем самым повышает качественные характеристики своего политического сознания;

- медиаграмотность целесообразно рассматривать в качестве своеобразного «передаточного звена» между материалами средств массовой информации и политическим сознанием человека. Она способна повысить уровень осведомленности индивида о происходящем в мире политике, сделать более активным его участие в политике (начиная с обсуждения актуальных событий и заканчивая участием в различного рода политических акциях и выборах), а также повысить степень доверия человека к массмедиа;

- овладев навыками поиска в СМИ интересующей его информации, научившись критически ее осмысливать, проверять достоверность, сопоставлять с данными из альтернативных источников и – если понадобится – самому создавать элементарные медийные сообщения, индивид не только уменьшит степень собственной уязвимости перед возможными манипуляциями со стороны журналистов, но и, повысив уровень собственного политического сознания, сделает более осозанным свой политический выбор.

**Апробация результатов исследования:** отдельные положения исследования были обсуждены на следующих научно-практических конференциях:

1. Электоральный цикл в современной России: итоги и перспективы (Саратов, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, 25 мая 2018 г.).

2. XII Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России» (Саратов, СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 25 апреля 2019 г.).

3. VII Международная научная конференция, посвященная 110-летию СГУ имени Н.Г. Чернышевского «Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук и образования: сущность, концепции, перспективы» (Саратов, СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 15 апреля 2019 г.).

4. XI Международный Конституционный Форум, посвященный 110-летию Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского «Система конституционного права современной России: ценности, принципы, институты и нормы» (Саратов, СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 12 декабря 2019 г.).

5. XII Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России» (Саратов, СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 25 апреля 2019 г.).

**Структура работы.** Магистерская работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка источников использованной литературы. Общий объем работы составляет 78 страниц.

## **СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, освещается степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет, цели и основные задачи исследования, излагается методологическая основа, источниковая база, формулируются положения, выносимые на защиту, приводятся сведения об апробации, формулируются положения, выносимые на защиту.

**Первая глава** «Теоретико-методологические подходы к управлению политической информацией в контексте формирования политического сознания» включает в себя три параграфа, в которых анализируется политическая составляющая медиаманипулирования, медийная повестка дня рассматривается в качестве инструмента управления политическим сознанием и оценивается содержание Доктрины информационной безопасности РФ в контексте манипулирования политическим сознанием.

**Вторая глава** «Информационно-коммуникационные возможности воздействия на политическое сознание: суггестивный потенциал и возможности защиты» включает в себя два параграфа, в которых систематизируются способы влияния на сознание аудитории, предлагаются варианты противодействия им и формулируется вариант измерения манипулятивного потенциала политических текстов.

В ходе работы нами был разработан ряд мер, способных, на наш взгляд, повысить уровень медиаграмотности индивида и, как следствие, уровень его политического сознания.

В **заключении** подводятся итоги магистерской работы, обобщаются основные теоретические и практические выводы.

**Основные положения магистерской работы отражены в следующих научных публикациях:**

1. *Казакова Н.В.* Медиаманипулирование в период избирательных кампаний: обзор научной литературы / Электоральный цикл в современной России: итоги и перспективы. Сборник научных статей по материалам пятой Международной научно-практической конференции (Саратов, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, 25 мая 2018 г.). Отв. ред. – д.п.н., профессор А.А. Вилков. Саратов: Издательский центр «Наука», 2018. С. 71-76.

2. *Казакова Н.В.* Медиаповестка как инструмент анализа политического процесса / Молодежная политическая наука в Саратове: ежегодник научных статей по проблемам политической теории и практики

студентов, магистрантов, аспирантов саратовских вузов. – Саратов: Издательство «Саратовский источник», 2019. – Вып. 7. С. 49-53.

3. *Казакова Н.В.* Информационная повестка дня как фактор политического процесса в современной России / Сборник научных статей по материалам XII Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России». С. 119-123.

4. *Казакова Н.В.* Воссоединение Крыма и России в американской прессе: анализ манипулятивного потенциала статьи «Нью-Йорк Таймс» / Пятилетие воссоединения Крыма с Россией: итоги и перспективы Сборник научных статей по материалам шестой Международной научно-практической конференции. Под редакцией А.А. Вилкова. 2019. С. 53-57.

5. *Казакова Н.В.* Анализ медийной повестки дня в контексте методов политической коммуникативистики / Сборник научных статей по материалам VII Международной научной конференции, посвященной 110-летию СГУ имени Н.Г. Чернышевского «Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук и образования: сущность, концепции, перспективы». С. 257-261.

6. *Казакова Н.В.* Медийная грамотность граждан РФ в конституционном измерении / Система конституционного права современной России: ценности, принципы, институты и нормы: Материалы XI Международного Конституционного Форума, посвященного 110-летию Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского. Саратов, изд-во «Саратовский источник», 2020. С. 225-227.