

CZU: 159.923.2: [659:070]

ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ В НОВОСТНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Ирина БОНДАРЕВСКАЯ

Институт социальной и политической психологии НАПН Украины

CITIZENSHIP IDENTITY OF A PERSON IN NEWS MEDIA SPACE

The present article deals with the description of citizenship identity as a type of social identity co-existing in the system of social identities. Citizenship identity model consisting of meaning content, citizenship activity and behavior in concrete situation of interaction is presented. Meaning content includes a system of citizenship values and citizenship attitudes. Psychological methods of citizenship identity research are offered taking into consideration their limitations. They include Schwartz Value Inventory, open-end statements, Color Test of Attitudes (Etkind, 1983), Citizenship Behavior Questionnaire (Zalewska & Krzywoz-Rynkiewicz, 2011), experiments. Training program of citizenship identity of a person in news media space is developed. The training is divided into two structural parts covering notions of citizenship identity and news media literacy implying reason-based trust. It is concluded that citizenship education is an important tool in formation of citizenship identity as belonging to civic society by showing values, attitudes and behavior patterns accepted in current civic society as a norm. News media is another powerful tool for citizenship identity formation or destruction. That is why citizenship education should include media literacy development programs in order to prevent destruction of citizenship identity by mass media. For a perspective of empirical studies, it could be especially interesting to compare results in multiethnic societies with different levels of economic prosperity, different levels of interethnic tension and peculiarities of political trust as well as taking into consideration different military situations and other threats which many states encounter at present.

Keywords: *citizenship identity, citizenship identity model, methods of research, media literacy, training program, trust, Ukraine.*

IDENTITATEA CIVICĂ A INDIVIDULUI ÎN CONTEXTUL MASS MEDIA

În articol identitatea civică este abordată drept un tip de identitate socială într-un sistem de identități sociale multiple. Modelul identității civice include semnificațiile atribuite cetățeniei (valori și atitudini civice), activitatea de cetățean și conduitele corespunzătoare unor situații interacționale concrete. Metodele de studiere a identității civice, cu limitele corespunzătoare fiecăreia, ar fi: Inventarul de valori al lui Schwartz, fraze neterminate, testul culorilor (Etkind, 1983), chestionarul pentru studiul comportamentului civic (Zalewska & Krzywoz-Rynkiewicz, 2011), experimentul. În acest context, propunem un program de training privind formarea identității civice în spațiul informațional, care conține două etape: dezvoltarea identității civice și formarea abilităților de analiză critică a informației din mass media. Se constată că dimensiunea educațională este un factor esențial în constituirea identității civice, prin transmiterea de valori, formare de atitudini și comportamente dezirabile într-un mediu social anume. Pe de altă parte, spațiul informațional este un alt factor important pentru construcția sau deconstrucția identității civice. În acest sens, educația civică trebuie să includă și formarea de abilități de analiză a informațiilor din mass media, în vederea prevenirii influențelor negative. Dintr-o perspectivă comparată, considerăm că studiile ulterioare ar urma să investigheze rezultatele înregistrate în societățile multietnice cu niveluri diferite de bunăstare economică, tensiuni interetnice, încredere în fenomenul politicului, prezența unor conflicte militare și alte amenințări ce pot fi întâlnite la etapa contemporană.

Cuvinte-cheie: *identitate civică, modelul identității civice, metode de studiu, analiză mass media, training, încredere, Ucraina.*

Prezentat la 15.10.2018

Publicat: noiembrie 2018