Аннотация общеуниверситетского факультатива

“Медиа в сфере публичной политики”

Авторы: преподаватель Порецкова А.А., преподаватель Савин Н.Ю.

Краткое описание факультатива:

Факультатив посвящен вопросам роли медиа в публичной политике. Авторы курса стремятся к интеграции и освещении той сферы политики, в которой медиа играют определяющую роль. В раках факультатива предполагается описать и проанализировать современные теории массовой коммуникации, теории социальных медиа, историю развития эффектов медиа на социально-политическую жизнь общества, представить обзор концепций роли медиа в гибридных и авторитарных режимах. Также курс предполагает блок, посвящённый практической реализации медиа-проектов, развитию прикладных навыков анализа медиа и публичной политики.

Основная цель факультатива - ознакомить с современными тенденциями развития политических коммуникаций, а также развить у студентов компетенции, позволяющие самостоятельно проводить глубокий анализ политический жизни общества с точки зрения применения и использования инструментов СМИ и управления текущей повесткой дня. Курс нацелен на широкий круг студентов, в особенности - на студентов направлений подготовки “Политология”, “Социология”, “Государственное и муниципальное управление”, “Реклама и связи с общественностью”, “Журналистика”, “Медиакоммуникации”.

Не в последнюю очередь курс направлен на обучение основным методикам анализа и изучения медиа-пространства: будут представлены как количественные, так и качественные методы, использующиеся в современных исследованиях и зарубежных статьях.

Новаторство курса заключается в сочетании прикладной и академической составляющих. Современные теории и методы исследования роли медиа в публичной политике, изучаемые в рамках курса, будут иллюстрироваться конкретными примерами, демонстрирующими возможности использования теоретических эвристик и методов в практической деятельности.

В общем и целом, курс предлагает сбалансированный взгляд на взаимосвязь теории и практики в сфере медиа, но с уклоном в практику и развитие аналитических компетенций, способствующих глубокому пониманию политических и социальных процессов современного общества.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Название темы | Всего часов по дисциплине | Лекции | Семинары | Самостоят. работа |
| Медиа и политика. Рождение публики. Структурная деформация общественности. Медиатизация политики | 24 | 4 | 4 | 16 |
| История развития теорий политических коммуникаций. Теории массовых коммуникаций. Пропаганда как инструмент публичной политики и часть политического коммуникативного пространства | 26 | 6 | 4 |  |
| Медиа-эффекты: теории повестки дня, фрейминг, прайминг. Ивент и медиа-анализ. Использование методик манипулирования повесткой дня в публичной сфере | 24 | 4 | 4 | 16 |
| Социальные медиа как средства политической коммуникации | 24 | 4 | 4 | 16 |
| Медиа в гибридных и авторитарных режимах | 24 | 4 | 4 | 16 |
| Количественные и качественные методы изучения публичного пространства через призму медиа-пространства | 30 | 8 | 6 | 16 |
| Итого | 152 |  |  |  |

Содержание факультатива:

• Медиа и политика. Рождение публики. Структурная деформация общественности. Медиатизация политики.

Литература:

1. Bauman Z. Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press, 2000.

2. Calhoun C. (ed.) Habermas and the Public Sphere. The MIT Press, 1992.

3. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeous Subject. Cambridge, Massachessets: The MIT Press, 1989.

4. Mutz D. Hearing the Other Side: Deliberative and Participatory Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 2006.

5. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a residential Campaign. New York: Columbia University Press, 1947.

6. Thompson J. Shifting Boundaries of Public and Private Life // Theory, Culture & Society. 2011. 28(4).

7. Гидденс Э. Последствия современности. М.: Праксис, 2011.

8. От общественного к публичному / Под ред. О. Хархордина. СПб: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2011.

9. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. - М.: Кучково поле, 2011.

10. Манен Б. Принципы представительного правления / Пер. с англ. Е.Н. Рощина; науч. ред. О.В. Хархордин. СПб: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2008.

• История развития теорий политических коммуникаций. Теории массовых коммуникаций. Пропаганда как инструмент публичной политики и часть политического коммуникативного пространства.

Литература:

1. Lilleker D.G. Key Concepts in Political Communication. London: Sage, 2006. 209 p.

2. Blumler G., Gurevitch M. The Crisis of Public Communication. London and New York: Routledge, 1996. 237 p.

3. Political Communication in Postmodern Democracy: Challenging the Primacy of Politics. / Brants K., Voltmer K. Oxford: Palgrave Macmillan, 2011. 284 p.

4. Schrott A., Spranger D. Mediatization of political negotiations in modern democracies: institutional characteristics matter. [Электронный ресурс] // «Nccr Democracy». URL: http://www.nccr-democracy.uzh.ch/publications/workingpaper/pdf/WP2.pdf

5. Bennett, W.L. Lifestyle Politics and Citizen-consumers: Identity, Communication and Political Action in Late Modern Society. // Media and the Restyling of Politics. Consumerism, Celebrity and Cynicism/ Corner J., Pels D. London: Sage, 2003. P. 137-150.

6. Ghonim W. Revolution 2.0. UK: HarperCollins, 2012. 320 p.

7. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: открытие спирали молчания. М.: Прогресс-акад.: Весь Мир, 1996. 362 с.

8. Mazzoleni, G., Stewart, J. & Horsfield, B. The Media and Neo-populism. Westport, CT: Praeger, 2003.228 p.

9. Propaganda and mass persuasion: a historical encyclopedia, 1500 to the present / Cull N. J., Culbert D., Welch D. New York: ABC-Clio, 2003. 318 p.

10. Skinner Q. Visions of Politics in 3 vols. Vol. I. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. 224 p.

11. Baran S., Davis D. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future. Boston: Cengage Learning, 2011. 392 p.

• Медиа-эффекты: теории повестки дня, фрейминг, прайминг. Ивент и медиа-анализ. Использование методик манипулирования повесткой дня в публичной сфере.

Литература:

1. Arbatli E., Bayulgen О. Cold war redux in US-Russia relations? The effects of US media framing and public opinion of the 2008 Russia-Georgia war // Communist and Post-Communist Studies. 2013. Vol. 46. No. 4.

2. Entman R. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // Journal of Communication. 1993. 43(4).

3. McCombs M. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. Malden, MA: Blackwell, 2004.

4. Paletz, D.L. The Media in American Politics. Contents and consequences (2nd ed.). New York: Longman, 2002.

5. Scheufele D. Framing as a Theory of Media Effects // Journal of Communication. 1999. 49(1).

6. Weaver D. H., McCombs M. E., Shaw D. L. Agenda-Setting Research : Issues, Attributes, and Influences // Kaid L. L. (ed.). Handbook of political communication research. Mahwah, NJ, 2004.

7. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Пер. с нем. Мансурова Н.С. – М.: Прогресс-Академия, Весь мир, 1996.

• Социальные медиа как средства политической коммуникации.

Литература:

1. Boulianne S. Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research // Political Communication, Vol. 26(2), 2009, pp. 193-211.

2. Conroy M., Feezell J.T., Guerrero M. Facebook and Political Engagement: A Study of Online Political Group Membership and Offline Political Engagement // Computers in Human Behavior, Vol. 28, 2012, pp. 1535-1546.

3. Dahlgren P. Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

4. Dimitrova D. V., Shehata A., Stromback J., Nord L. W. The Effects of Digital Media on Political Knowledge and Participation in Election Campaigns: Evidence From Panel Data // Communication Research, Vol. 41(1), 2014, pp. 95-118.

5. Farrel H. The Consequences of the Internet for Politics // Annual Review of Political Science, Vol. 15, 2012, pp. 35-52.

6. Mossberger K., Tolbert C., McNeal R. Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation. Massachusetts: The MIT Press, 2007.

7. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного университета), 2004.

• Медиа в гибридных и авторитарных режимах.

Литература:

1. Calingaert D. Authoritarianism vs the Internet // Policy Review, №160, 2010, pp. 63-75.

2. Kalathil S., Boas T. Open Networks, Closed Regimes: the Impact of the Internet on Authoritarian Rule. Washington: Carnegie Endowment for International Peace, 2009.

3. Keohane R., Nye J. Power and Interdependence in the Information Age // Foreign Affairs, Vol. 77(5), September/October 1998, pp. 81-94.

4. Shirky C. Here Comes Everybody: the Power of Organizing without Organizations. London: Penguin Books Ltd., 2008.

5. Морозов Е. Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. М.: АСТ, Corpus, 2014.

• Количественные и качественные методы изучения публичного пространства через призму медиа-пространства.

Литература:

1. Fairclough I., Fairclough N. Political Discourse Analysis: A Method for Advanced Students. London, New York: Routledge, 2012.

2. Krippendorff K. Content-Analysis: An Introduction to its Methodology. 3rd ed. SAGE, 2013.

3. Stromer-Galley J. Measuring Deliberation’s Content: A Coding Scheme // Journal of Public Deliberation, 3(1), 2007, Article 12.

4. Miles, M., & Huberman, M. (1994). Qualitative data analysis. California: Sage.

5. Teun Adrianus van Dijk. News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press. L. Erlbaum, 1988. 325 p.

6. J. Price, G. B. Dahl. Using Natural Experiments to Study the Impact of Media on the Family. Family Relations. 61. P. 363 – 373.

7. Shoemaker, P. & Reese, S. Mediating the message: theories of influences on mass media content. White Plains, NY: Longman, 1996.