

Бодрунова Светлана Сергеевна,
доктор политических наук, доцент
Кафедра медиадизайна и информационных технологий
Журналистика, очная форма, 4 курс
7 семестр
2016-2017 уч. г.

МЕДИАКРАТИЯ И ЭЛЕКТРОННАЯ ДЕМОКРАТИЯ В СТРАНАХ ЗАПАДА

Спецкурс

Тематика спецкурса сосредоточена вокруг изучения взаимодействия медиасистемы с системой политики и политическим процессом, то есть *системного медиаполитического взаимодействия*. Оно рассматривается на примере устойчивых демократий в сравнительной перспективе; делаются выводы, справедливые также для новых и переходных демократий. Медиаполитическое взаимодействие описывается как с точки зрения новейших теоретических подходов в медиаполитологии, так и в аспекте медиапрактик; оценивается влияние последних на развитие или упадок демократических процедур в отдельно взятой стране (в основном Великобритании, Германии, Италии). Демократические практики журналистики и выполнение медиасистемой ее демократических ролей ставятся автором в рамках курса в зависимость от *межсистемных* отношений между журналистикой и политикой, а также от организации самих политической и медийной систем. Это позволяет создать механизм для сравнения медиаполитических практик в разных государствах и на этой основе прогнозировать развитие медиаполитического взаимодействия для стран транзитивной демократии (в том числе для России).

Проблематика курса рассчитана на освоение ведущих подходов к медиаполитологии, разработанных как в странах Запада, так и в России. Это в том числе теории медиакратии, медиатизации политики, публичной сферы. Курс также подразумевает демонстрацию практических эффектов медиатизации политики, оценку демократичности действий журналистов и ознакомление студентов как с политическими, так и журналистскими практиками в одной или двух странах, избранных автором курса в качестве модельных.

Курс включает три раздела. Первый посвящен современным теориям медиакратии в контексте демократического развития. Медиакратия рассматривается как одно из искажений нормативно понятого концепта медиадемократии. Второй раздел отводится для рассмотрения медиакратических кейсов. Основным примером стала медиаполитика Великобритании, но задействуется также материал по Германии, Италии, Испании, США, Европейскому Союзу. Третий блок посвящен поискам «обходных путей» для демократического развития в медиакратиях, в первую очередь электронной демократии в ее неформальном (самоорганизационном) аспекте. Здесь опорной является мысль о технологической (цифровой) и политической гибридации медиасистем и социальных последствиях гибридации.

Курс интегрирует новейшие теоретические разработки сравнительной политологии, а также сравнительной медиаполитологии – дисциплины, развивавшейся в биполярном мире, однако в XXI веке получившей совершенно новое оформление. Сегодня разрабатывается методический аппарат медиаполитологии, работы в этой сфере ставятся на системные рельсы, собираются воедино новейшие воззрения на причины кризиса общественной

коммуникации последних десятилетий, переоцениваются взгляды на роль журналистики в укреплении и разрушении демократии, усиленно изучаются демократический транзит и «транзиторные откаты». В то же время меняются практические навыки политических журналистов, самосознание журналистского сообщества, роль экспертного комментирования, жанровая структура изданий, практика аудиовизуального репортажа, Интернет-журналистика. Два потока изменений – теоретический и практический – в рамках курса сведены в единую аналитическую схему, дающую представление о причинах и следствиях медиатизации политики и различиях между разными странами в сфере построения демократической журналистики.

Всего автором опубликовано более 30 книг и статей по теме спецкурса. Значительная часть курса обеспечивается текстом двух книг. Это, во-первых, авторская монография С. С. Бодруновой «Современные стратегии британской политической коммуникации» (М, 2010), выполненная по итогам пятилетнего исследования. Монография получила высокую оценку профессионального сообщества, в том числе вошла в лонг-лист всероссийского конкурса «Общественная мысль – 2010» Института общественного проектирования (Москва). Во-вторых, это коллективная монография «Медиакратия: современные теории и практики» (под ред. А. С. Пую, С. С. Бодруновой) (СПб, 2013).

Также курс обеспечивается интерактивными материалами проекта «Карта медиакратий» (jf.spbu.ru/mediacrasy), созданного по итогам Гранта Президента РФ для молодых ученых – кандидатов наук.

Авторские публикации по теме спецкурса

Книги:

1. Бодрунова С. С. Карта медиакратий: создание интегрального индекса медиакратизации политики для демократических партий: описание и результаты исследовательского проекта. СПб, 2013. – 120 с.
2. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М, 2010. – 424 с.
3. Медиакратия: современные теории и практики / Под ред. А. С. Пую, С. С. Бодруновой. СПб, 2013. – 352 с.
4. Современная зарубежная журналистика: глокализация в практике западноевропейских СМИ / Под ред. А. С. Пую. СПб, 2010. – 424 с. (главы по Великобритании, Италии, медиаправу ЕС).

Статьи:

1. Бодрунова С. С. Медиакратический лидер (на примере образа премьер-министра Великобритании Тони Блэра) // Власть. 2014. № 2. С. 95-100.
2. Бодрунова С. С. Политический маркетинг как прародитель медиаполитики: опыт политических партий Великобритании // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2014. № 1. С. 89-98.
3. Бодрунова С. С. Политическая автономия медиасистемы и ее экономические основания: опыт стабильных демократий // Экономическое возрождение России. 2014. № 1(39). С. 122-126.
4. Бодрунова С. С. Делиберативная демократия «сверху вниз»: концепции Европейской публичной сферы и проблема демократического дефицита ЕС // Политика и общество. 2014. Вып. 1. С. 88–99.

5. Бодрунова С. С. Западная медиа-аксиология и либерально-демократический идеал работы СМИ // Журналистика. Общество. Ценности / Ред.-сост. В. А. Сидоров. СПб, 2012. С. 94-169.

6. Бодрунова С. С. Концепции публичной сферы и медиакратическая теория: поиск точек соприкосновения // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. №2. С. 110 – 132.

7. Бодрунова С. С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина // Медиафилософия II: По материалам Второй международной научной конференции «Медиафилософия. Границы дисциплины», 21-22 ноября 2008 года / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. СПб.: Санкт-Петерб. филос. общ-во, 2009. С. 91-105.

8. Бодрунова С. С. Пресс-секретари британских премьер-министров и кризис демократических институтов Британии // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. 2007. Вып.2, ч.1. С. 128-134.

9. Bodrunova S. S. Mapping Mediacracies: Empirical Research on Media and Politics in Six Democracies of Today // World of Media 2013: Yearbook of Russian Media and Journalism Studies / ed. by E. L. Vartanova. Moscow, 2014. [in print]

10. Bodrunova S. S. Media-Political Parallelism as an Indicator in Studying Meidacracy // ISLC 2012 Proceedings / Book 6. Izmir, 2012. P. 941-956.

11. Bodrunova S. Mediacracy or Mediademocracy?: On Some Conceptual Approaches to the Interaction of Journalism and Politics in Established Democracies // CGES Working Paper Series. WP 2010-07. Bielefeld – St.Petersburg, 2010. URL: http://www.zdes.spb.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=323&Itemid=64.

12. Bodrunova S. Political Marketing as a Forefather Media Politics: Despondency of British Political Journalism at the Turn of the Millennium // Medya Elestirileri 2009: BILINC ENDUSTRISININ IKTIDAR ve SIYASET PRATIKLERI. Istanbul: Beta Publications, 2009. P. 225-276.

13. Bodrunova S. S., Litvinenko A. A. Hybridization of the Media System in Russia: Technological and Political Aspects // World of Media 2012: Yearbook of Russian Media and Journalism Studies / ed. by E. L. Vartanova. Moscow, 2013. P. 37-49.

14. Bodrunova S. S., Litvinenko A. A. New media and the political protest: the formation of a public counter-sphere in Russia of 2008–12. In: A. Makarychev, A. Mommen (eds), Russia's Changing Economic and Political Regimes: The Putin Years and Afterwards. London: Routledge, 2013. P. 29-65.

План лекций

Тема 1. Введение в дисциплину и обзор библиографии.

Тема 2. Политическая система, политический процесс, политический режим. Трактовки демократии.

Тема 3. Две трактовки роли медиа в политике: классическая и делиберативная. Демократические роли прессы в традиционной медиаполитической парадигме. Критика классической теории: деструкция политической системы. Медиакратия.

Тема 4. Два подхода к трактовке медиакратии. Медиадемократический баланс и его медиакратические искажения. Операционализация «маркетинговой» трактовки медиакратии для исследований медиаполитического взаимодействия.

Тема 5. Публичная сфера: делиберативная теория Хабермаса и его последователей и критиков. Противостояние общественности и официального

информационного потока. Функции публичной сферы. Общее в медиакратической теории и теории публичной сферы.

Тема 6. Эмпирический анализ: медиакратия и медиакратизация. Проект «Карта медиакратий» и его методология. Степень и скорость медиакратизации в шести модельных политиях. Критерии и параметры моделирования. Индекс медиакратизации.

Тема 7. Оценка медиакратизации: теоретические критерии. Модели медиасистем как медиакратический критерий. Обзор теорий моделирования журналистских систем (1954-2012 годы). Теории Сиберта и коллег, МакКуэйла, Бламлера и Гурвица, Хэллина и Манчини, Алмонда и Вербы, Хофстеда, Хаництша и коллег. Модели журналистики Западной Европы.

Тема 8. Оценка медиакратизации: эмпирические критерии. Медиаполитический параллелизм как медиакратический критерий. Методика анализа медиаполитического параллелизма. Партийный спектр и политическое позиционирование партий: современная теория. «Теория выпуклости» и конструктивистский подход к идеологии. Политический спектр в Европе: авторская реконструкция. Двумерная и линейная модели политического спектра. Циклические колебания в партийном спектре. Анализ политической поляризации в газетах Великобритании, Германии и Италии: сравнение точности эмпирических данных разного происхождения. Выводы для индекса медиакратизации.

Тема 9. Политическая система Великобритании и ее особенности. История политической журналистики: примеры, опыт, традиции.

Тема 10. Неписанные конвенции в работе «медиаполитического класса». Взаимоотношения британского парламента с журналистами и британского правительства с медиасоветниками: история и современность.

Тема 11. Концепция политического маркетинга в практике британских и американских партий. Трансформация Демократической партии США и Лейбористской партии Великобритании: «убийство социализма», «третий путь», «новый лейборизм», «новая демократия» и другие идеологемы. Создание правительственной коммуникационной машины и победа на выборах 1997 года.

Тема 12. Устойчивая (рамочная) политико-коммуникативная ситуация как наиболее широкий фрейм в практике британских журналистов конца века. Практика британских таблоидов в электоральных ситуациях 1992-2001 годов. Разделение журналистского корпуса: анти-спин и эксклюзив. Цинизм прессы, метаосвещение и другие эффекты «подкрутки информации». Иракские досье и дело доктора Келли. «Разрушение политической системы» Британии – мнение критиков. Выход британской политики из «штопора спина».

Тема 13. Кейс Италии: медиакратия в полярно-плюральной обществу. Берлусконизм и конфликт медиаполитических интересов. Адаптация законодательства страны под нужды медиамагната. Дуополия телевидения и политический спектр в Италии. Инфотейнмент в политическом вещании.

Тема 14. Партийно-политические механизмы сопротивления медиакратии. Нишевые, радикальные, антисистемные партии и движения в Европе и США. «Пиратская партия», «Партия избирателей», «Occupy Wall st.» и другие движения сопротивления.

Тема 15. Новые медиа и механизмы сопротивления медиакратии: победа над медиакратией или новый ее виток? Победы на «соцмедийных» выборах 2008 и 2010 годов: механизмы «Yes we can» в США и их репликация в Британии. «Арабская весна» и спусковые механизмы протеста в арабских странах.

Групповые презентации студентов по заданию преподавателя (открытый зачет).

Вопросы к зачету

1. Политическая система, политический процесс, политический режим.
2. Трактовки демократии: история и современность.
3. «Этимологический» подход в трактовке термина «медиакратия».
4. «Маркетинговый» подход в трактовке термина «медиакратия». Политический маркетинг: основы теории.
5. «Четыре теории прессы»: нормативный подход к моделированию развития систем журналистики и его критика.
6. Североатлантическая и средиземноморская модели Хэллина и Манчини: сходства и различия в системах журналистики.
7. Газетный кризис в Великобритании: причины и следствия. Структура газетного рынка.
8. Структура телевещательного рынка Великобритании. Общественное ТВ и его формы в Великобритании.
9. Политическая система Великобритании: парламент и «четвертая опора государства».
10. История взаимоотношений британского парламента и прессы. Пресс-Галерея.
11. Политический параллелизм в странах Западной Европы: теории и практики.
12. Электоральное поведение газетной прессы в Британии: 1990-2000-е годы.
13. Практика политического маркетинга в Британии: «новые лейбористы» и «новые тори». Влияние правительственной коммуникации 1990-2000-х годов на качество демократии в Великобритании.
14. Рамочная политико-коммуникативная ситуация: концепт и практика. Примеры РКС.
15. Новые формы политической журналистики в Великобритании: 2000-е годы. Тенденции в политической журналистике Британии как реакция на правительственную «подкрутку информации».
16. Неформальная электронная демократия. Социальные сети и политические движения протеста: от «арабской весны» к «белым ленточкам».

Текущий контроль (зачет)

Для прохождения текущего контроля студент должен предоставить презентацию (формат MS PowerPoint), в которой производится позиционирование партии одной из стран Европы на заданной координатной плоскости по итогам анализа партийных предвыборных программ. Объем презентации – не менее 7 слайдов, среди которых обязательно должна присутствовать визуализация позиции партии на политологическом ландшафте определенной европейской страны.

Критерии оценки (зачет)

Форма контроля по спецкурсу – зачет.

Для допуска к зачету требуется набрать минимум 25 баллов за классные и внеклассные задания по спецкурсу из 40 возможных. Каждое из заданий оценивается в 10 баллов (сданное вовремя), 5 баллов (сданное позже на неделю или более) или 0 баллов (сданное на зачете или передаче зачета). Для допуска к передаче зачета требуется выполнить все задания, даже если за них

присваивается 0 баллов. Без выполненных заданий студент отправляется на комиссию.

Форма проведения зачета – отчетное групповое задание (коллективная демонстрация MS PowerPoint-презентации). Требуется аргументировать и показать позицию партии одной из стран Европы на заданной координатной плоскости по итогам анализа партийных предвыборных программ.

Студенты, не прошедшие групповую форму зачета, допускаются к передаче зачета по списку вопросов, приведенному выше.

Оценка «зачтено» ставится, если получены минимум 25 из 40 баллов за предварительные задания и выполнен фрагмент группового отчетного задания.

Оценка «незачтено» ставится, если хотя бы одно из двух условий проставления зачета не соблюдено.

Предполагаемая продолжительность проведения зачета – 2 академических часа.

Список основной литературы

1. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации. М., 2010.
2. Медиакратия: современные теории и практики / под ред. А. С. Пую, С. С. Бодруновой. СПб, 2013.
3. Недяк И. Л. Политический маркетинг: основы теории. М., 2008.
4. Сиберт Ф.С., Петерсон М., Шрамм У. Четыре теории прессы. М, 1991.
5. СМИ и политика: учеб. пособие / Под ред. Л. Л. Реснянской. М, 2007.
6. Современная зарубежная журналистика: глокализация в практике западноевропейских СМИ: учебное пособие / под ред. Пую А.С. СПб., 2010.
7. Соколов В. С., Виноградова С. М. Периодическая печать Великобритании: учебное пособие. СПб, 2000.
8. Соколов В. С., Виноградова С. М. Периодическая печать Италии. СПб, 1997.
9. Hallin D. C., Mancini P. Comparing Media Systems. Cambridge, 2004.
10. Lees-Marshment J. Political Marketing and British Political Parties: The party's just begun. Manchester University Press, 2001.

Список дополнительной литературы

1. Марков Б. В. В поисках другого // Юрген Хабермас. Вовлечение другого: очерки политической теории / Под ред. Складнева Д. В. / Пер. с нем. Медведева Ю. С. / 2-е изд. СПб., 2008.
2. Яковлев, И. Современные теории массовых коммуникаций. СПб., 2004.
3. Almond G.A., Verba S. The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations. Sage, 1989.
4. Fossum J.E. and Schlesinger Ph., The European Union and the public sphere: a communicative space in the making? London: Routledge, 2007.
5. Jäckel, M. Medienwirkungen. Opladen: Westdeutscher Verlag. 1999.
6. Jarren, O., Donges, P. Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag. 2002.
7. Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Jarren Otfried, Weißler Hartmut (Hrsg.). Wiesbaden. Westdeutscher Verlag. 2002.
8. Meyer, T. Mediokratie: die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main, 2001.
9. Meyer T., L.Hinchman. Media democracy: How the Media colonize politics. Polity, 2002. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden 2003.

10. Massing, P. Mediendemokratie. Schwalbach, 2004.
11. McNair, B. News and Journalism in the UK / 4th ed. London: Routledge, 2003.
12. Parteien in der Mediendemokratie. Alemann, von Ulrich, Marschal, Stefan (Hrsg.). Wiesbaden, 2002.
13. Pitcher G. The Death of Spin. London: John Wiley & Sons, 2003.
14. Politischer Kommunikation im internationalen Vergleich. Frank Esser, Barbara Petsch (Hrsg.).
15. The Essential Lippmann: A political Philosophy for Liberal Democracy / Ed. by C. Rossiter and J. Lare. Vintage, 1963. Pp.106-114.