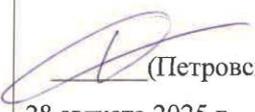
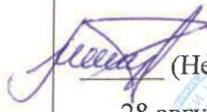


МИНОБРНАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования «Новосибирский национальный исследовательский государственный  
университет» (Новосибирский государственный университет, НГУ)  
**Структурное подразделение Новосибирского государственного университета –  
Специализированный учебно-научный центр Университета (СУНЦ НГУ)**

СОГЛАСОВАНО Заместитель директора по УР  (Петровская О.В.) 28 августа 2025 г.	УТВЕРЖДЕНО на заседании ученого совета СУНЦ НГУ Протокол № 54 28 августа 2025 г.	УТВЕРЖДАЮ Директор СУНЦ НГУ  (Некрасова Л.А.) 28 августа 2025 г.
--	--	---



**ПРОГРАММА**  
**КУРСА ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**  
**«СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА И ПОЛИТИКА»**  
для 9, 10 и 11 классов основного общего и среднего общего образования

заведующий кафедрой общественных наук  
доцент, Березняков Д.В.

Новосибирск  
2025

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Спецкурс «Современные медиа и политика» направлен на обучение основам общественных наук обучающихся 9-х, 10-х, 11-х классов СУНЦ НГУ в части исследования взаимосвязи развития медиаинститутов и политики в современных обществах.

Усиление роли медиа в социальной жизни и социализации постсоветских поколений, фиксируемое в последние десятилетия, делают актуальным изучение медиа широким кругом старшеклассников, которые проходят активную фазу политической социализации и формирования духовно-нравственных основ личности. Курс ориентирован на широкий круг обучающихся и носит междисциплинарный характер, затрагивая различные разделы общественных наук.

Цель курса – политическая социализация обучающихся на основе формирования научных представлений о современных медиа и политических коммуникациях.

### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Задачи курса:

Сформировать у обучающихся систему знаний об истории медиа и их взаимосвязи с политическими процессами.

Формирование у обучающихся практических навыков анализа современных массово-коммуникативных процессов в политике.

Формирование у обучающихся комплексного представления об основных эффектах медиавоздействия.

Формирование у обучающихся навыков ведения эффективной и конструктивной коммуникации.

Повышение у обучающихся уровня коммуникативной и политической компетентности.

В результате освоения программы спецкурса обучающийся должен:  
знать основные теоретические и эмпирические исследования в области политических коммуникаций в их становлении и развитии;

понимать актуальные тенденции развития политических процессов в стране и мире;

уметь использовать аналитический инструментарий для выработки самостоятельной гражданской позиции, учитывая актуальную повестку дня;

владеть навыками критического восприятия медиа-контента.

В ходе спецкурса обучающиеся должны работать индивидуально и в группах, написать 1 письменную работу.

По результатам работы и посещению будет выставлен **зачет**. Зачет недифференцированный (зачет/незачет).

**Объем спецкурса – 20 академических часов.**

Планируемое время проведения спецкурса – **2 семестр 2025/2026** учебного года (январь – май).

## **СОДЕРЖАНИЕ СПЕЦКУРСА**

### **Занятие 1 (4 часа)**

**Политические коммуникации: понятие и функции.** Современное содержание терминов: информация, коммуникация, массовая коммуникация, медиа, политические коммуникации. Политика и политическая деятельность: информационно-коммуникационный аспект.

### **Занятие 2 (2 часа)**

**Политическая коммуникация в условиях массовой демократии: специфика, акторы, механизмы.** Медиатизация политики и символический характер политического принуждения. Медиа в различных политических системах. Концепция «четвёртой власти». Свобода информации и современные массмедиа. Особенности современного медиа-политического поля: олигополии новостей и медиакратия. Экспертное знание в современной политике. Понятие экспертократии.

### **Занятие 3 (2 часа)**

**Феномен общественного мнения.** Понятие общественного мнения и его место в политическом процессе. Борьба за «право знать» и формирование публичной сферы. Исторические формы существования общественного мнения. Дж. Гэллап и научное изучение общественного мнения. Компании-полстеры и характеристики их продукта. История изучения общественного мнения (Г. Тард, У. Липпман). Общественное мнение как артефакт (П. Бурдьё). Концепция «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман. Теория «порядков знания» Г.Шпинера.

### **Занятие 4 (2 часа)**

**Производство новостей.** Что такое новость. Типология новостей. Принципы фильтрации и отбор сюжетов - функция «gate-keeping'a».

### **Занятие 5 (2 часа)**

**Формирование повестки дня.** Теория установления «повестки дня» (agenda-setting theory) - начало эмпирического изучения политических коммуникаций. Исследования Д.Шоу и М. Маккомса: «не что думать, а о чем думать». Типы повесток дня и их значение для политического процесса. Роль межличностной повестки. Процесс формирования медиаповестки и ее связь с политической (официальной) повесткой (Дж. Кингдон). Борьба за повестку дня.

### **Занятие 6 (2 часа)**

**Конструирование социальных проблем.** Социальная проблема как результат «коллективного определения». Публичные арены и их «пропускная способность». «Усталость сострадать».

### **Занятие 7 (4 часа)**

**Эффекты воздействия массмедиа.** Масса, публика, аудитория: различия и особенности формирования. Специфика массовых взаимодействия. Медиа как фактор массовизации. Выборочное восприятие информации теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория «разрывов в знании» или информационного дефицита. Теория «пользы и удовлетворения потребностей». Понятие формата и его значение. Понятие медиасобытия. Новые модели анализа воздействия: фрейминг, прайминг, индексация, каскадная активация сознания.

### **Занятие 8 (2 часа)**

**Политические PR и реклама как коммуникативная деятельность.** Маркетинговые и немаркетинговые методы политической коммуникации. пропагандистские техники в политической рекламе. Суггестия и ее роль. Значение стереотипов. Предпосылки и условия возникновения политического PR. Создание «уникального политического продукта». Формулы AIDA и AIAD. «Негативная» реклама» в политике. Спиндокторинг.

## **ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Кол-во часов	Воспитательный компонент
1	Политические коммуникации: понятие и функции	2	Формирование коммуникативных навыков политической социализации, на основе признания ценности и уникальности каждой личности.  Формирование навыков самоконтроля в общении со сверстниками и взрослыми.  Формирование умения работать в группе и выполнять различные роли.
2	Политическая коммуникация в условиях массовой демократии: специфика, акторы, механизмы	2	
3	Феномен общественного мнения	2	
4	Производство новостей	2	
5	Формирование повестки дня	2	
6	Конструирование социальных проблем	2	
7	Эффекты воздействия массмедиа	2	

8	Политические PR и реклама как коммуникативная деятельность	2	<p>Формирование толерантного отношения к другому мнению.</p> <p>Развитие способности формулировать своё собственное мнение и позицию.</p> <p>Формирование умения вести диалог на основе равноправных отношений и взаимного уважения.</p> <p>Развитие навыков исследовательской работы в области общественных наук. Формирование умения рассуждать, строить логические умозаключения.</p> <p>Формирование умения делать выводы в результате совместной работы в группе.</p> <p>Развитие способности планировать свои действия в соответствии с поставленной задачей.</p>
---	--	---	---

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

### Основная литература:

1. Володенков, С. В. Политическая коммуникация : учебник и практикум для вузов / С. В. Володенков, Т. В. Евгеньева, А. И. Соловьев ; под редакцией Т. В. Евгеньевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 77 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20052-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569109> (дата обращения: 26.08.2025).
2. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е

- изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563544> (дата обращения: 21.08.2025).
3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21264-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569444> (дата обращения: 21.08.2025).
  4. Пушкарева, Г. В. Политология : учебник и практикум для вузов / Г. В. Пушкарева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12298-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560072> (дата обращения: 21.08.2025).

### **Дополнительная литература:**

1. Бойд Д. Всё сложно. Жизнь подростков в социальных сетях. М.: Изд. дом ВШЭ, 2020.
2. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Повестка дня и информационное общество. Социологические очерки. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2019.
3. Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Изд. дом ВШЭ, 2016.
4. Кирия, И. В., Новикова, А. А. История и теория медиа : учебник для вузов. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020.
5. Кондрадова Н.А. Археология русского интернета. Телепатия, телемосты и другие техноутопии холодной войны. М.: Изд-во АСТ: CORPUS, 2022.
6. Коэн С. Народные дьяволы и моральная паника. Создание модов и рокеров. М.: Изд. дом ВШЭ, 2022.
7. Ланье Дж. 10 аргументов удалить все свои аккаунты в социальных сетях. М.: Бомбора, 2019.
8. Новикова, А. А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013.
9. Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. СПб.: Алетейя, 2016.
10. Пасквинелли М. Измерять и навязывать. Социальная история искусственного интеллекта. М.: Ад Маргинем, 2024. 352 с.
11. Претер, В.П. В центре циклона: Инструменты Маршалла Маклюэна для анализа медиасред. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. 332 с.
12. Черных А.И. Виртуальные расширения человека: новые основы культуры и бизнеса: препринт WP14/2012/04. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 32 с.

13. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций учебное пособие.  
М.: ГУ ВШЭ, 2008.