

УДК 070
ББК 76.00я73
К14

Казаков, А. А.

К14 Политические аспекты медийной грамотности : учебное пособие для студентов вузов / А. А. Казаков. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 125 с.

ISBN 978-5-4475-9922-5

Учебное пособие посвящено политической составляющей медийной грамотности. Рассматриваются распространенные в отечественной и зарубежной науке подходы к данному феномену, дается характеристика наиболее часто используемых приемов воздействия СМИ на сознание аудитории, предлагается комплекс практических рекомендаций по противодействию медиаманипулированию. Помимо теоретического материала, пособие содержит комплекс практических заданий, ориентированных на закрепление полученных знаний и отработку навыков анализа информационных сообщений.

Для студентов вузов, обучающихся по направлениям «политология», «социология», «журналистика», а также всех тех, кто считает медийную грамотность важной частью своей жизни.

Текст печатается в авторской редакции.

Учебное пособие подготовлено при поддержке Благотворительного Фонда В. Потанина (Договор о гранте № ГСГК-04/18 от 21.06.2018 г.)

УДК 070 ББК
76.00я73

ISBN 978-5-4475-9922-5

© Казаков А. А., текст, 2019

© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
РАЗДЕЛ 1	8
Глава 1. ЧТО ТАКОЕ МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ?	8
1.1. Медийная грамотность в России и за рубежом	8
1.2. Медийная грамотность: многообразие смыслов	10
1.3. Медийная грамотность — близкие ей понятия	13
1.4. Разновидности медийной грамотности	15
Глава 2. ПОЧЕМУ МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ ВАЖНА ДЛЯ ПОЛИТИКИ?	20
2.1. Массмедиа в контексте политической культуры	20
2.2. Влияние медийной грамотности на политическую осведомленность и участие в политике	22
2.3. Виды СМИ и доверие к ним	25
2.4. Формат и тематика медийных сообщений	29
Глава 3. КАК РАСПРОСТРАНЯЮТ МЕДИЙНУЮ ГРАМОТНОСТЬ?	34
3.1. Международные организации	34
3.2. Национальные, региональные и университетские центры	36
3.3. Цели и аудитории распространяющих принципы медийной грамотности структур	38
3.4. Связанные с медийной грамотностью проекты в России и Украине	41
Глава 4. КАКИМ ОБРАЗОМ СМИ ВЛИЯЮТ НА АУДИТОРИЮ?	45
4.1. Манипуляция и медиаэффекты	45
4.2. Западные теории медиаэффектов	48
4.3. Проблемы медиаманипулирования глазами российских ученых	50
4.4. Вариант типологизации методов манипулирования	54
Глава 5. КТО И КАК ФОРМИРУЕТ ПОВЕСТКУ ДНЯ?	58
5.1. История вопроса	58
5.2. Подходы зарубежных ученых	59
5.3. Отечественные исследования повестки дня	62
5.4. Разновидности повесток	65
Глава 6. ЧЕМ ВАЖЕН ФРЕЙМИНГ?	69
6.1. Фрейминг как инструмент воздействия на аудиторию	69

6.2. Виды фреймов	70
6.3. Фрейминг и повестка дня: отождествлять нельзя разграничивать	73
6.4. Фрейминг в контексте медийной грамотности	76
Глава 7. КАК ЗАЩИТИТЬСЯ ОТ МАНИПУЛЯЦИЙ?	80
7.1. Способы обмана аудитории	80
7.2. Варианты «уловок» по влиянию на аудиторию	82
7.3. Общие принципы противодействия манипуляциям	87
7.4. Инструментальные техники защиты от воздействия	91
РАЗДЕЛ 2	96
По главе 1. Что такое медийная грамотность?	96
Упражнение 1.1	96
Упражнение 1.2	100
По главе 2. Почему медийная грамотность важна для политики?	102
Упражнение 2.1	102
Упражнение 2.2	102
По главе 3. Как распространяют медийную грамотность?	103
Упражнение 3.1	103
Упражнение 3.2	104
По главе 4. Каким образом СМИ влияют на аудиторию?	105
Упражнение 4.1	105
Упражнение 4.2	108
По главе 5. Кто и как формирует повестку дня?	112
Упражнение 5.1	112
Упражнение 5.2	113
По главе 6. Чем важен фрейминг?	114
Упражнение 6.1	114
Упражнение 6.2	116
По главе 7. Как защититься от манипуляций?	116
Упражнение 7.1	116
Упражнение 7.2	117
Заключение	118
Полезные ресурсы	122