

*Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 2 (44). С. 61–66.*

*ISSN 2070-0695 (print).*

*Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2022;2(44):61–66. ISSN 2070-0695 (print).*

Научная статья

УДК 379.8:070

DOI 10.47475/2070-0695-2022-10208

## ПРОЦЕСС МЕДИАТИЗАЦИИ: ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ

**Наталья Александровна Федотова**

Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь, nf333@yandex.ru

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению приоритетного подхода к пониманию процесса медиатизации в русскоязычном научном пространстве, обозначению смысловых категорий, которые используют для пояснения этого понятия, и контекста их понимания. Выводы основаны на результатах анализа выборки научных публикаций из электронной библиотеки e-library.ru по ключевому слову «медиатизация».

**Ключевые слова:** медиатизация, подходы, медиа, теория, смысловые категории

**Для цитирования:** Федотова Н. А. Процесс медиатизации: подходы к пониманию // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 2 (44). С. 61–66. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10208>.

Original Article

## THE MEDIATIZATION PROCESS: APPROACHES TO UNDERSTANDING

**Natallia A. Fedotova**

Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus, nf333@yandex.ru

**Abstract.** The article is devoted to identifying a priority approach to understanding the process of mediatization in the Russian-speaking scientific space, designating the semantic categories that are used to explain this concept, and the context of their understanding. The conclusions are based on the results of the analysis of a selection of scientific publications from the electronic library e-library.ru for the keyword “mediatization”.

**Key words:** mediatization, approaches, media, theory, semantic categories

**For citation:** Fedotova N. A. The mediatization process: approaches to understanding. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*. 2022;2(44):61–66. (In Russ.). <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10208>.

### Введение

С 1990-х гг. феномен медиатизации находится в фокусе зарубежных [8; 16; 17] и российских [1; 4; 6; 11] исследователей. Несмотря на тридцатилетнее присутствие в научном дискурсе, на сегодня нет непротиворечивого конвенционального единства в том, какое концептуальное наполнение имеет понятие «медиатизация», как и исходя из каких критериев выстраивать историческую перспективу возникновения этого феномена.

© Федотова Н. А., 2022

Сложившаяся тенденция европейских концепций и исследований предлагает понимать медиатизацию как один из мета-процессов, формирующих современность, наряду с глобализацией, индивидуализацией и коммерциализацией [16]. В англоязычном академическом дискурсе декларирована идея «медиации всего», поскольку «сегодня медиа не только находятся между некоторыми и всеми членами общества, но и, что особенно важно, присваивают значительную часть имеющейся у них власти, медиатизируя – подчиняя себе ранее могущественные институты: правительство, образование, церковь, семью и т. д. История, в том числе история медиа, развивается от не медиатизированного к медиатизированному» [8. С. 156]. Рефлексивное и дискуссионное развитие имеет концепция «медиатизированных миров» [11; 16], что укрепляет потенциал эмпирических исследований социальных миров через призму медиатизации.

В сравнении с зарубежными наработками исследования медиатизации в русскоязычном научном пространстве все еще немногочисленны и скорее можно говорить о начале формирования определенных тенденций. В данной статье будет предпринята попытка определить приоритетный подход или теоретическую рамку в изучении процесса медиатизации, выявить смысловые категории, которые используют для пояснения этого термина в русскоязычном научном пространстве, и обозначить контекст их понимания.

### **Основная часть**

В научной литературе отмечается высокая вариативность при обозначении подходов к изучению медиатизации. Например, А. Н. Гуреева и В. С. Кузнецова выделяют три глобальных взгляда на понимание феномена медиатизации: институциональный, социально-конструктивистский и материалистский; сильную и слабую формы теории медиатизации; контекстуальные уровни процесса медиатизации [5. С. 195–197].

Есть работы, где особое внимание уделено подходу «культурных исследований» медиа и социокультурному подходу [3; 9]. Для других исследователей важной является функционалистская трактовка медиатизации, так как позволяет вычлнить те возможности или роли, которые медиа осуществляют в современном обществе [10].

Принимая во внимание тесную взаимосвязь между обозначаемыми подходами, нам видится целесообразным для решения задач данной статьи взять за основу мнение А. Хеппа. Он предлагает различать две традиции – «институциональную» и «социально-конструктивистскую», в зависимости от того, как они подходят к теоретизированию медиатизации. При этом следует понимать, что в рамках «институциональной традиции» предмет интереса – преимущественно традиционные массмедиа, влияние которых описывалось через концепцию «логика медиа», а «социально-конструктивистская» традиция в большей степени фокусируется на повседневных коммуникативных практиках (в особенности связанных с цифровыми медиа и личным общением) и отслеживает то, как меняется конструирование культуры и общества в процессе коммуникации [14].

При этом ученый делает две важные оговорки: во-первых, нужно рассматривать медиа не изолированно, а учитывать, что изменения в формах коммуникации происходят одновременно с изменением самих медиа; во-вторых, что медиатизация не может рассматриваться вне контекста, благодаря чему можно провести различие между процессами медиатизации в разные периоды истории и для различных групп людей [14].

Для определения приоритетного подхода в изучении процесса медиатизации в русскоязычном научном пространстве проведено эмпирическое исследование. В научной электронной библиотеке e-library.ru по ключевому слову «медиатизация» отобраны 513 публикаций. Для дальнейшего анализа отсортированы 157 публикаций, которые соответствуют тематике «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». Далее в сформированной подборке проанализированы все тексты на предмет упоминания термина «медиатизация» и его возможные толкования.

Так, итоговую выборку составили 137 публикаций (т. к. в 20 отобранных текстах понятие «медиатизация» не используется), в которых есть упоминание искомого понятия. После чего определения «медиатизации» были классифицированы по их принадлежности к институциональному или социально-конструктивистскому подходам. Результат исследования показал, что к институциональному подходу апеллируют авторы большинства

проанализированных текстов (76 упоминаний или 55,47 %), к социально-конструктивистскому – 61 упоминание или 44,53 %.

Любопытно, что выявленная нами в результате исследования приоритетность институционального подхода в русскоязычном научном пространстве вступает в противоречие с наблюдениями других авторов. В 2015 году белорусская исследовательница В. В. Анохина определила вектор русскоязычных исследований медиатизации так: «его (понятия «медиатизация») концептуальная эволюция за последние два с половиной десятилетия оказалась весьма впечатляющей: от описания технико-технологической инфраструктуры, обеспечивающей доступ к современным массивам информации, до «медиатизации общества» как процесса реорганизации социальных пространств глобализирующегося мира» [2. С. 13].

Ее мысль подхватывают и развивают в 2021 г. российские исследователи: «именно общее описание «процессов реорганизации социальных пространств» и является преобладающим в отечественных исследованиях» [3. С. 22]. Вместе с тем, на наш взгляд, смещение теоретической рамки к социально-конструктивистскому подходу закономерно и задает в перспективе новую парадигму для медиаисследований.

Нарастающее значение социально-конструктивистского подхода объясняет глобальная трансформация повседневных коммуникативных практик под влиянием новых медиа и социальных сетей. Экспоненциальное развитие технологий вынуждает исследователей постоянно обновлять/пересматривать концептуальный и терминологический аппарат, который характеризует процесс медиатизации. Так, взяв за основу концепт «текущая современность» З. Баумана, М. Дезе предлагает понятие «текущие медиа» (liquid media), также в научный оборот введено понятие «глубокая медиатизация» (deep mediatization) (А. Хепп), что подчеркивает процессуальный характер медиа. А. Хепп проводит параллели между глубокой медиатизацией и распространением текучих медиа – их объединяет вездесущность и невидимость. С одной стороны, их экспансия привлекает внимание исследователей, а с другой – некоторые аспекты «скрыты» именно в силу всеобщей включенности в контекст сетевой медиасреды [12. С. 169].

Акцентируя внимание на использовании социальных сетей и новых медиа в коммуникации, российские исследователи предлагают термин «медиатизация 2.0», который характеризует появление новых цифровых игроков, обладающих цифровым капиталом, т. е. способностью удерживать внимание пользователей и преобразовывать его в другие формы капитала: экономический (деньги), социальный (отношения) или политический (влияние) [5. С. 195]. Таким образом, технологическое развитие позволяет усматривать сущностные смыслы в процессах медиатизации, отмечать беспрецедентное влияние новых медиа на конструирование социальной реальности.

Анализ определений термина «медиатизация» в отобранных научных публикациях позволяет выделить смысловые категории, которые преимущественно используют в русскоязычном научном поле для пояснения этого термина, и обозначить контекст/ы их понимания.

Категория *коммуникация* в целом предполагает реализацию человеческих контактов через медиально опосредованную интеракцию и понимается как:

формирование новой среды и новых коммуникативных площадок с помощью каналов коммуникации;

«цифровая» вербализация общественных связей по вертикали и горизонтали;

коммуникативное конструирование социокультурной реальности;

виртуализация социальных механизмов (например, запоминания / забвения);

новые формы и способы коммуникации политики и общества;

трансляция в медиа повседневного субъективно значимого опыта, смешение профессионального и персонального;

изменение пространственно-временных рамок коммуникации с «здесь и сейчас» на «там и сейчас».

*Опосредованность / посредничество* медийных технологий в процессе медиатизации характеризует

ежедневные практики социальной коммуникации и переход к «медийным» (опосредованным) формам коммуникации;

посредничество СМИ в организации политических процессов, во взаимодействии власти и общества;

возрастание объема опосредованной информации, заменяющей непосредственный опыт людей.

При этом предполагается, что при посредничестве разных медийных технологий обеспечивается в технологическом отношении упрощенный, незамедлительный, полиформатный и многоцелевой информационный обмен, в который вступают разные социальные субъекты [13. С. 234].

На наш взгляд, подобный информационный обмен связан с категорией *логика СМИ*, которая понимается как проникновение медийной логики во все модели информационно-коммуникационного взаимодействия и выражается в следующем:

- в медийной корректировке социальных, культурных и коммуникативных практик;
- в подчинении логике журналистики, ориентированной на сенсационность;
- в стандартизации медиаформатов, использовании приемов усиления новостей, управлении повесткой дня, создании паблисити, разработке вирусного контента;
- в соединении СМИ с немедийными процессами в общественной жизни, «перенастройке» правил политической игры и переносе политической жизни в медийную плоскость;
- в самореализации личности как публичной (медийной) фигуры;
- в превращении реального объекта в искусственный, а сообщения в образный нарратив.

Склонность рассматривать процесс медиатизации в контексте конструирования социального и культурного мира в значительной степени усиливает зависимость общества от медиа. Таким образом, трансформируется и расширяется понимание категории *влияние*, которое проявляется, с одной стороны, через присутствие медиа в функционировании всех значимых социальных феноменов, с другой, через настойчивую / принудительную интеграцию медиа во все социальные сферы. В результате СМИ обеспечивают (частично или полностью) замену социальной деятельности и социальных институтов и осуществляют прямое (не только опосредованное, как сказано выше) влияние на аудиторию и все значимые социальные процессы.

В силу того, что медиа, инкорпорированное в повседневную практику, превращается в неререфлексируемую среду обитания [7. С. 102], медиатизация проблематизирует сложившиеся модели медиаповедения и требует переосмысления «локуса и топоса взаимодействия человека и медиа» [15. С. 76].

### **Заключение**

Эмпирическое исследование, проведенное в данной статье, показывает, что при изучении процесса медиатизации в русскоязычном научном пространстве приоритетным является институциональный подход. При этом отмечено нарастающее значение социально-конструктивистского подхода, что связано с глобальной трансформацией повседневных коммуникативных практик, экспоненциальным развитием технологий, пересмотром концептуального и терминологического аппарата, который характеризует процесс медиатизации. Анализ определений понятия «медиатизация» позволяет выделить смысловые категории «коммуникация», «опосредованность/посредничество», «логика СМИ», «влияние», которые преимущественно используют в русскоязычном научном пространстве для пояснения этого термина.

### **Список источников**

1. Андрианова Т. В., Ракитов А. И. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества: Научно-аналитический обзор. М.: ИНИОН, 1991. 117 с.
2. Анохина В. В. Медиатизация как фактор трансформации социальных пространств и метаморфозы культурных традиций // Философия и социальные науки. 2015. № 3. С. 13–18.
3. Артамонова Ю. Д., Володенков С. В. Медиатизация как исследовательский концепт: основные предпосылки, формирование и возможности дальнейшего развития // ПРАΞИМА. Проблемы визуальной семиотики. 2021. Вып. 2 (28). С. 9–27.
4. Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.
5. Гуреева А. Н., Кузнецова В. С. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 191–205.

6. Землянова Л. М. О процессах интернетизации медиа и медиатизации интернета // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. 2005. № 5. С. 57–70.
7. Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика: Научная монография. Аналитический центр Vi. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014. 328 с.
8. Ливингстон С. О медиации всего // Коммуникации. Медиа. Дизайн. Том 2. № 2. 2017. С. 149–170.
9. Лян Ч. Актуальные научные подходы к моделированию современной концепции теории медиатизации // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 77–83.
10. Назаров М. М. Информационные технологии и медиатизация общества // Социально-гуманитарные знания. 2014. № 6. С. 37–52.
11. Ним Е. Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Том 23. № 3. С. 8–25.
12. Новицкая Т. Е. Медиатизация общества как процесс // Труды БГТУ. 2021. Серия 6. № 1. С. 166–170.
13. Полонский А. В. Медиалект: язык в формате медиа // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки. 2018. Т. 37. № 2. С. 230–240.
14. Хепп А. Исследование коммуникативных фигураций медиатизированных миров в условиях «тотальной медиации» // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. № 38 (2). С. 98–123.
15. Чернов А. В. Возможна ли медиарегионалистика как специальная область исследований массмедиа? // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 2. С. 74–78.
16. Krotz F. The Metaprocess «Mediatization» as a conceptual Frame // *Global Media and Communication*. № 3 (3). 2007. P. 256–260.
17. Hepp A., Krotz F. *Mediatized worlds: Understanding everyday mediatization* // *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London: Palgrave, 2014. P. 1–15.

### References

1. Andrianova, T. V. & Rakitov, A. I. (1991). *Sovremennye tendentsii informatizatsii i mediatizatsii obshchestva : Nauchno-analiticheskii obzor* [Modern trends in informatization and mediatization of society: Scientific and analytical review] М.: INION. 117 p. (in Russ.).
2. Anokhina, V. V. (2015). Mediatizatsiya kak faktor transformatsii sotsial'nykh prostranstv i metamorfozy kul'turnykh traditsii [Mediatization as a factor in the transformation of social spaces and the metamorphosis of cultural traditions]. *Filosofiya i sotsial'nye nauki* [Philosophy and social sciences], 3, pp. 13–18 (in Russ.).
3. Artamonova, Yu. D. & Volodenkov, S. V. (2021). Mediatizatsiya kak issledovatel'skii kontsept: osnovnye predposylki, formirovanie i vozmozhnosti dal'neishego razvitiya [Mediatization as a Research Concept: Basic Prerequisites, Formation and Opportunities for Further Development]. *ИПАЭНМА. Problemy vizual'noi semiotiki* [ИПАЭНМА. Problems of visual semiotics], 2 (28), pp. 9–27. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-9-27 (in Russ.).
4. Gureeva, A. N. (2016). Teoreticheskoe ponimanie mediatizatsii v usloviyakh tsifrovoi sredy [Theoretical understanding of mediatization in the digital environment]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* [Bulletin of the Moscow University. Ser. 10: Journalism], 6, pp. 192–208. (in Russ.).
5. Gureeva, A. N. & Kuznetsova, V. S. (2021). Kontseptualizatsiya fenomena mediatizatsii politiki: osnovnye teoreticheskie podkhody [Conceptualization of the Phenomenon of Mediatization of Politics: Main Theoretical Approaches]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of the theory and practice of journalism]. Т. 10, 1, pp. 191–205. DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(1).191-205 (in Russ.).
6. Zemlyanova, L. M. (2005). O protsessakh internetizatsii media i mediatizatsii interneta [On the processes of Internetization of media and mediatization of the Internet]. *Vestnik Mosk. un-ta. Seriya 10. Zhurnalistika* [Bulletin of the Moscow University. Ser. 10: Journalism], 5, pp. 57–70.
7. Kolomiets, V. P. (2014). *Mediasotsiologiya: teoriya i praktika* [Media sociology: theory and practice]. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А». 328 p. (in Russ.).
8. Livingston, S. (2017). O mediatsii vsego [On the mediation of everything]. *Kommunikatsii. Media. Dizain* [Communications. Media. Design]. Т. 2, 2, pp. 149–170 (in Russ.).

9. Lyan, Ch. (2021). Aktual'nye nauchnye podkhody k modelirovaniyu sovremennoi kontseptsii teorii mediatizatsii [Actual scientific approaches to modeling the modern concept of mediatization theory]. *Trudy BGTU. Ser. 4, Print- i mediatekhnologii* [Proceedings of BSTU. Ser. 4, Print and media technologies], 2 (249), pp. 77–83. (in Russ.).
10. Nazarov, M. M. (2014). Informatsionnye tekhnologii i mediatizatsiya obshchestva [Information technologies and mediatization of society]. *Sotsial'no-gumanitar. Znaniya* [Social and humanitarian knowledge], 6, pp. 37–52 (in Russ.).
11. Nim, E. G. (2017). Issleduya mediatizatsiyu obshchestva: kontsept mediatizirovannykh mirov [Exploring the mediatization of society: the concept of mediatized worlds]. *Sotsiologicheskii zhurnal* [Sociological journal]. Tom 23, 3, pp. 8–25. DOI: <https://doi.org/10.19181/socjour.2017.23.3.5361> (in Russ.).
12. Novitskaya, T. E. (2021). Mediatizatsiya obshchestva kak protsess [Mediatization of society as a process]. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU]. Seriya 6. 1, pp. 166–170 (in Russ.).
13. Polonskii, A. V. (2018). Medialekt: yazyk v formate media [Medialect: language in media format]. *Nauchnye vedomosti. Seriya Gumanitarnye nauki* [Scientific statements. Series Humanities]. Vol. 37, 2, pp. 230–240. DOI: 10.18413/2075-4574-2018-37-2-230-240 (in Russ.).
14. Khepp, A. (2020). Issledovanie kommunikativnykh figuratsii mediatizirovannykh mirov v usloviyakh «total'noi mediatsii» [The Communicative Figurations of Mediatized Worlds: Mediatization Research in Times of the “Mediation of Everything”]. *Gosudarstvo, religiya, tserkov' v Rossii i za rubezhom* [State, religion, church in Russia and abroad], 38 (2), pp. 98–123. DOI: <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-98-123> (in Russ.).
15. Chernov A. V. (2014). Vozmozhna li mediaregionalistika kak spetsial'naya oblast' issledovaniia massmedia? [Is media regionalism possible as a special area of mass media research?]. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Cherepovets State University], 2, pp. 74–78. (in Russ.).
16. Krotz, F. (2007). The Metaprocess «Mediatization» as a conceptual Frame. *Global Media and Communication*, 3 (3), pp. 256–260. DOI: 10.1177/17427665070030030103.
17. Hepp A. & Krotz F. (2014). Mediatized worlds: Understanding everyday mediatization. *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London: Palgrave, pp. 1–15.

### Информация об авторе

**Н. А. Федотова** – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой медиалогии факультета журналистики.

### Information about the author

**Natallia A. Fedotova** – PhD, Associate Professor, Head of the Medialogy Department of the Faculty of Journalism.

Статья поступила в редакцию 02.22.2022; одобрена после рецензирования 23.02.2022;  
принята к публикации 28.02.2022.

The article was submitted 02.22.2022; approved after reviewing 23.02.2022;  
accepted for publication 28.02.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.  
The author declares no conflicts of interests.