

РАЗДЕЛ III

МЕДИАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ПРОБЛЕМА

МЕДИАТИЗАЦИЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ ВОСТОЧНОЕВРОПЕЙСКИХ УЧЕНЫХ: СИНОПСИС

И. Д. Воюш

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
vojush@rambler.ru*

Материал представляет собой краткий обзор публикаций восточноевропейских ученых по проблемам медиатизации. Может быть востребован при определении свободной ниши в структуре знания о медиатизации, при систематическом поиске данных для дальнейших исследований, при необходимости панорамного взгляда на научный дискурс по проблеме. Адресован специалистам по теории и социологии журналистики, философии, культуре и религии, медиалингвистике, профессионалам в области иных форм информационно-коммуникационной деятельности (рекламе, публичных речей, имиджмейкингу и др.), политического мониторинга и анализа.

Ключевые слова: журналистика; медиалогия; медиатизация; информационно-коммуникационная деятельность.

MEDIATIZATION IN THE RESEARCH OF EASTERN EUROPEAN SCIENTISTS: A SYNOPSIS

I. D. Voyush

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: I. D. Voyush (vojush@rambler.ru)*

The material is a brief overview of the publications of Eastern European scholars on mediatization. It can be required in determining a free niche in the

structure of knowledge about mediatization, in the systematic search for data for further research, if necessary, a panoramic view of the scientific discourse on the problem. Addressed to specialists in the theory and sociology of journalism, philosophy, culture and religion, media linguistics, professionals in other forms of Information and Communication Activities (advertising, public relations, image-making, etc.), political monitoring and analysis.

Key words: journalism; mediology; mediatization; information and communication activities.

Вслед за зарубежными исследованиями 1990-х гг. по медиалогии, и в их числе по медиатизации, в последнее десятилетие стали актуальными отечественные работы по этой теме. Понятие медиатизации к 2000-м гг. устоялось как в западной, так и восточной науке. В русскоязычной научной среде термин закрепился с общим значением, которое озвучила А. Гуреева: «Современная трактовка понятия медиатизации в целом сводится к интеграции медиа в различные сферы жизни общества, формирование единой культурно-коммуникационной системы социума» [1].

Сегодня процессы медиатизации охватили не только сферу информационно-коммуникационной деятельности, но затронули и все элементы общественной жизни, что закономерно вызвало научный интерес к ним. Выполним краткий обзор исследований, предметом которых стала медиатизация, выполненных в 2010–2020 гг. Дабы детально рассмотреть все поле, в этом синопсисе ограничимся базами публикаций на восточноевропейских языках, размещенными в открытом доступе: 1) научной электронной библиотеки КиберЛенинка, 2) научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU, 3) электронной библиотеки диссертаций DissertCat, 4) сводного каталога библиотек Беларуси Национальной библиотеки, 5) поисковой системы по полным текстам научных публикаций Google Scholar. Количество позиций в поисковой выдаче по запросу «Медиатизация» на названных ресурсах, подлежащих анализу, – 665, 393, 367, 6, 3 200 соответственно; всего – 4 631 единица.

Результаты мониторинга диссертаций, статей в рецензируемых изданиях и материалов международных конференций сгруппированы эмпирически – в соответствии с областями, которые представлены некоторым количеством научных публикаций, то есть не претендуют на типологизацию по системному признаку. При отборе по заданным критериям «медиатизация – предмет научного исследования» и «2010–2020 гг. исследования» в названном сегменте была выявлена 141 публикация. (Авторы исследований, опубликованных в Беларуси, отмечены далее по тексту в круглых скобках)

Теория медиатизации представлена в 9 статьях по медиатизации как метапроцессу, ее последствиям, по кодификации термина в европейской коммуникативистике и китайском научном дискурсе (Буридэ [2, с. 126–130; 3, с. 37–44]), по вопросу теоретической концептуализации медиатизированных миров.

Особый интерес для медиологов представляют материалы о *медиатизации СМИ* и феноменах социальной реальности, репрезентированных в СМИ (15 материалов). В частности, исследованы эффекты медиатизации телевидения, печатных СМИ, взаимосвязь между медиатизацией общества и процессами конвергенции СМИ (Е. Красовская [4, с. 48–52]). Говоря о медиа, особое внимание исследователи обращают на медиатизацию повседневной реальности, «картины мира», медиатизацию ее отражения и формирования посредством медиаканалов. Из узких тем можно говорить о единичных работах по медиатизации науки, спортивной среды, правового и юридического дискурса, экологии, молодежной аудитории. В 2017 г. в Москве О. Мироновой была защищена кандидатская диссертация по теме «Медиатизация российской реформы здравоохранения: опыт печатных СМИ».

Закономерно появление исследований *медиатизации* в смежных с журналистикой *филологических дисциплинах* – медиалингвистике, стилистике, коммуникативистике, сравнительном языкознании (12 исследований). Это работы по вербальным парадоксам медиатизации общества (В. Ивченков [5, с. 305–308]), речевому воздействию и массовой речевой культуре, стилистическому вектору медиатизации, перлокутивным эффектам, медиатизации как фактору коммуникативной активности личности (Т. Пивоварчик [6, с. 149–152]), маркерам коммуникативной толерантности в медиатизированном пространстве. А также узкопрофильные исследования коммуникативных практик врачей и военнослужащих в условиях медиатизации социума. Наиболее значимые публикации по этому направлению собраны в коллективной монографии «Ментально-языковые трансформации русской лингвокультурной личности: поиск идентичности в медиатизированном обществе» (Челябинск, 2018).

Иные формы информационно-коммуникационной деятельности, которые ученые обуславливают процессами медиатизации, связывают с ними, – это *паблик рилейнз* (вызовы PR, роль PR-компетенций в условиях медиатизации социума), *имиджология* и имиджмейкинг (имиджмейкинг участников военного конфликта), *реклама* (реклама как речевой жанр медиадискурса), *продвижение* локаций и социальное освоение городского пространства (всего – 9 публикаций). Данным

формам деятельности посвящена также докторская диссертация Т. Морозовой «Медиатизация технологий конструирования имиджа города» (Краснодар, 2013).

На стыке журналистских и *социологических исследований* выполнены работы о социальных последствиях медиатизации, а именно, (не)социальном конструировании социальной реальности, эволюции информационного неравенства, медиатизации социальных практик и общественного интеллекта, социальном контроле, регуляции и манипуляции в интернет-пространстве посредством медиатизации (12 работ). Четверть названных публикаций так или иначе касаются моделирования бинарных фреймов «иммигрант» – «иммиграция», «мигрант» – «миграция».

Крупный блок исследований (17 статей) посвящен *медиатизации культуры* в современном социокультурном пространстве, в том числе – отдельно в постсоветских странах, в городской среде, в сфере моды, в системе образования. В обобщенном виде направление медиатизации культуры довольно полно отражено в хронике московской конференции 2018 г. «Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик», опубликованном в журнале «Шаги». Конференция была посвящена «обсуждению феномена медиатизации культуры, каким его видят различные исследователи, исходя из своей оптики социологической, антропологической, фольклористической, журналистской или сугубо прикладной» [7].

Можно также выделить довольно популярное среди исследователей ответвление темы духовного производства – *медиатизация религии* (9 публикаций). Они преимущественно посвящены презентации православной культуры, пастырской деятельности, религиозных жанров в СМИ. Также положено начало сравнительному анализу медиатизации религии (на примере СМИ Грузии и Турции).

Проблеме *медиатизации политики* и международных отношений посвящено 39 публикаций, что свидетельствует о разработанности темы и широте научного поиска в этой области. Так, 40 % текстов повествуют о теории медиатизации политического и/или парламентского дискурса в современном информационном пространстве (Н. Лабуш [8, с. 53–56]), ее синергетическом аспекте. Весьма интересны и прикладные исследования о медиатизации: международных (грузино-индийских) отношений, политического бренда, избирательного процесса, политического воздействия на массовую аудиторию, манипуляции, а также антикоррупционной политики, информационной безопасности на уровне государственной власти, политических и социальных структур. В Екате-

ринбурге в 2017 г. успешно прошла защита кандидатской диссертации Е. Грибовод «Медиатизация политики как институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс», автореферат имеется в свободном доступе. В междисциплинарных исследованиях из уже названных отражена медиатизация экстремальных форм политического процесса: военных конфликтов (Вьетнам, Украина), ретроспекции военных преступлений 1945–1946 гг., гражданского протеста (Украина). В концептуализированном виде медиатизированные экстремальные формы политического процесса представлены в книге А. Пую, Н. Лабуша «Медиатизация экстремальных форм политического процесса: война, революция, терроризм» (СПб., 2019).

Технологическим фундаментом медиатизации стали *информационные технологии*, определившие эволюцию этого процесса. Взаимосвязи дигитализации общества и медиа выявлены в 9 материалах: об интернетизации медиа и медиатизации интернета, медиатизации в эпоху «больших данных», медиатизации в социальных сетях, о поведенческих паттернах пользователей потребителей медиаконтента.

Особую группу материалов составляют исследования *медиатизации памяти*: политики национальной памяти, мемуарных свидетельств в блогах и соцсетях, мест памяти как части трэвел-блогов, культурно-исторической памяти (посредством медиатизации музейного пространства), коллективной памяти 1990-х гг. – всего 6 разработок.

Философское осмысление заявленного феномена требует накопления критической массы материалов частными науками, поэтому в настоящее время затруднительно. Об этом свидетельствует относительно малое количество публикаций, где определен подход к *медиатизации с точки зрения философии* (4 публикации): о медиатизации как модусе бытия, медиатизации сквозь призму философии обмена, мессианства и неoarхаики, медиатизации постмодернистской реальности через миф и бренд.

Итак, даже краткий обзор представленности проблем медиатизации в научном дискурсе подтверждает перспективность этого направления медиалогии.

Библиографические ссылки

1. Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskoe-ponimanie-mediatizatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-sredy> (дата обращения: 22.12.2020).

2. *Бурідэ.* Кодификация термина «медиатизация» в европейской коммуникативистике // Вестник Белорусского государственного педагогического университета. Сер. 1. Педагогика. Психология. Филология. 2019. № 3 (101).
3. *Бурідэ.* Теория медиатизации: современные подходы // Труды БГТУ. Сер. 4. Принт- и медиатехнологии. Минск : БГТУ, 2019. № 2 (225).
4. *Красовская Е. В.* Медиатизация общества и конвергенция СМИ как взаимосвязанные тренды в развитии современного социокультурного пространства // Журналістыка-2019: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 21-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 14–15 ліст. 2019 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск : БДУ, 2019. 623 с.
5. *Гучанкаў В. І.* Вэбалізацыя ці медыятызацыя грамадства: вербальныя парадоксы // Журналістыка-2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 4–5 снеж. 2014 г. / рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 16. Мінск : БДУ, 2014. 569 с.
6. *Пивоварчик Т. А.* Медиатизация как фактор развития коммуникативной активности личности // Корпоративные стратегические коммуникации: новые тренды в профессиональной деятельности: материалы Второй Междунар. научн.-практ. конф., Минск, 22–23 февр. 2018 г. / Белорус. гос. ун-т / редкол.: И. В. Сидорская (отв. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2018. 231 с.
7. *Ахметова М. В., Байдуж М. И.* Международная конференция «Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик» // Шаги / Steps. 2019. № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnaya-konferentsiya-mediatizatsiya-kultury-konstruirovanie-novyh-tekstov-i-praktik> (дата обращения: 22.12.2020).
8. *Лабуш Н. С.* Медиатизация политики: объективные основания и субъективный фактор // Журналістыка-2019: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 21-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 14–15 ліст. 2019 г. / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск : БДУ, 2019. 623 с.