

## МАССМЕДИА И МЕДИАТИЗИРОВАННАЯ ПОЛИТИКА

*Н. С. Лабуш*

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»,  
1-я линия В. О., 26, 199004, г. Санкт-Петербург, Россия,  
pr.dept@if.pu.ru*

Внимание ученых, исследующих функциональную направленность средств массовой информации все больше привлекает медиатизация как состояние и как процесс. Несмотря на то что пока не существует единой научной концепции этого феномена, разносторонние подходы к его изучению позволяют выявить возможности влияния массмедиа на политику. В современных условиях обострения и перестройки системы международных отношений представляется весьма актуальным анализ как возникновения, и протекания экстремальных форм политического процесса, так и исследование трансформации легитимных (законных) форм политического процесса в экстремальные под воздействием медиатизации. Научный анализ процесса медиатизации позволяет дать ответ на важные практические вопросы современности.

**Ключевые слова:** массовая информация; медиатизация; виртуальная реальность; экстремальность политического процесса.

## MASS MEDIA AND MEDIATIZED POLITICS

*N. S. Labush*

*Saint Petersburg State University,  
Institute «Higher School of Journalism and Mass Communications»,  
26, 1 Line V. O., 199004, Saint Petersburg, Russia  
Corresponding author: N. S. Labush (pr.dept@if.pu.ru)*

The attention of scientists investigating the functional orientation of mass media is increasingly attracted by mediatization as a state and as a process. Despite the fact that there is no single scientific concept of this phenomenon yet, versatile approaches to its study make it possible to identify the possibilities of mass media influence on politics. In modern conditions of aggravation and restructuring of the system of international relations, it seems very relevant to analyze the emergence and the course of extreme forms of the political process, as well as to study the

transformation of legitimate (legal) forms of the political process into extreme ones under the influence of mediatization. Scientific analysis of the process of mediatization allows us to answer important practical questions of our time.

**Key words:** mass information; mediatization; virtual reality; extremity of the political process.

Развитие коммуникационных и информационных технологий открыло новые формы и возможности взаимодействия политики со средствами массовой информации, учета взаимовлияния политического и медийного полей друг на друга. Именно в политическом пространстве идет непрерывная борьба за власть посредством создания нужной реальности, за полномочия акцентировать внимание общества на отдельных вопросах и отвлекать его от неудобных тем. В силу этого вся абстрактная архитектура политического поля основана на средствах массовой информации.

В последние десятилетия не только в научном, но и в повседневном обиходе наряду с громоздким словосочетанием «средства массовой информации» широко используется понятие «медиа», включающее в себя всю совокупность информационных средств и приемов, служащих для передачи конкретному потребителю сообщения в той или иной форме. Более того, по мнению современных исследователей, медиа – это целая среда, образующая медийное пространство [1, с. 239–252].

Открытость, оперативность в формулировании позиций, возможность отражения широкого спектра интересов и запросов различных групп общества позволяют массмедиа влиять на политический процесс, модифицировать его структуру и направленность, моделировать правила политической игры, выступать посредниками в социальном общении. Причем появление термина «массмедиа» наряду с термином «средства массовой информации» и связанная с этим медиатизация свидетельствуют о переносе акцентов в функционировании данного института – приоритетным становится не массовое информирование, а массовое посредничество.

Исследование процесса медиатизации связано как с именами зарубежных ученых (Х. Майн, Маклюэн, Дж. Б. Томпсон, Н. Коулдри, Р. Сильверстоун, В. Шульц, Ф. Кротц, С. Хьярвард), так и отечественных исследователей (А. Н. Гуреева, Е. А. Воинова, И. И. Засурский, Л. М. Землянова, Н. Б. Кириллова, Л. В. Казимирчик, Н. И. Клушина, Е. Г. Ним, В. Ю. Пережогин, И. В. Рогозина, Л. Г. Свитич, Д. И. Шаронов и др.)

Использованием термина «медиатизация» К. Асп пытался объяснить, как медиа стали необходимым посредником между политиками и обществом. Более того, политическая структура становится зависима от СМИ, когда они оказываются единственным источником политической информа-

ции, через который она может влиять на представления людей о политической реальности [2, с. 31–49].

Термин «медиагизация» интерпретируется по-разному в зависимости от сферы применения. С позиций социальной информатики медиагизация определяется как процесс совершенствования средств сбора, хранения и распространения информации. Лингвисты понимают медиагизацию как «распространение влияния медиа на важнейшие области социальной жизни и обратный процесс вовлечения в информационную сферу различных сторон общественной деятельности, то есть создание зон пересечения медиа и социальных феноменов» [3, с. 69].

На манипулятивную суть процессов медиагизации обращает внимание Л. М. Землянова и отмечает, что в процессе сбора, обработки и передачи информационных данных им придаются медиатированные значения, возникающие в ходе фабрикации мнимых образов (событий) реальности. Исследователи, критикующие процессы такого рода для подчеркивания интенсивности их влияния на общественное сознание и бытие употребляют термин «медиагизация» [4, с. 84].

В той или иной мере категория «медиагизация» имеет свои особенности интерпретации. Медиагизация реальности – это теория, утверждающая, что медиа влияют не только на общественные и политические процессы, но и в целом на общество. Изменения в средствах массовой информации влекут за собой преобразования в его основных институтах, поэтому развитие медиа представляет собой важнейший фактор модернизации социума. Исходя из концепции «посредничества», то есть медиации, медиагизация отражает процесс его трансформации.

Специалисты по массмедиа предполагают, что медиагизация – это социальный процесс, при котором общество настолько пронизано медиа, что другие явления не могут существовать независимо от СМИ и попадают в зависимость от них. Процесс постижения сущности данного социального явления, как и всех других, долговечен и многогранен. Поэтому следует согласиться с тем, что все существующие определения предлагают характеристику лишь одной или нескольких сторон этого сложного и многопланового явления, раскрывают некоторые его нюансы, связи и воздействия на окружающую действительность.

А так как до сих пор в науке нет единого определения понятия «медиагизация» применительно к массмедийной сфере, то целесообразно этому процессу дать общую характеристику. Хотя с повестки дня не снимается идея оформления научной концепции медиагизации как системы взглядов, идей и теоретических положений относительно объекта исследования, которые объединены главной идеей – процесса, существенно влияющего на жизнь социума, его трансформацию и перспективы развития.

Предпосылки медиатизации политики зародились на этапе газетной демократии. Но только в условиях широкого распространения электронных СМИ, создающих виртуальное пространство, явление развернулось в полном масштабе, поставив себе на службу новые технологии.

Медиатизированная политика и есть виртуальная реальность, представляемая и создаваемая средствами массовой информации, а медиатизация политики – процесс формирования этой реальности.

Как правило, о медиатизации политики речь идет тогда, когда агенты могут установить коммуникацию и заставить воспринимать себя в политическом поле лишь с помощью медиа, так как только медиа способствуют приданию значения политическим явлениям и обеспечивают фактам их явленность в публичном пространстве; когда «существует потребность, возможность и активность тех или иных субъектов политического процесса, стремящихся заменить реальное политическое действие его имитацией в медийном пространстве – исключительно медийным конструктом политической реальности» [5, с. 15].

Обращаясь к одной из сторон места и роли массмедиа в политической системе общества, важно отметить разновекторную направленность влияния политического медиаконтента на аудиторию и политику. Дополнительные возможности этого влияния выявляются в процессе перемещения информации из реальности в виртуальность, при котором допускается возможность ее искажения под воздействием объективных причин и субъективного фактора.

Именно субъективные факторы искажения информации в процессе медиатизации учитываются при анализе условий возникновения экстремальных форм политического процесса, таких как революция, война, терроризм [6, с. 134–138].

С целью исследования влияния медиатизации на экстремальность политики и организации противодействия ее экстремальным формам следует различать, с одной стороны, возможности использования виртуального пространства и массовой информации экстремистскими организациями в ходе достижения своих целей, а с другой, – выявление роли и участие массмедиа в процессе перерастания обычных, конвенциональных форм политики в экстремистские.

Медиатизация экстремальных форм имеет свои отличительные особенности. Основная из них состоит в том, что их агрессивный, насильственный характер отражается и в соответствующих массмедийных формах. И если ранее информационный фактор не играл определяющей роли в генезисе экстремальных форм, то с развитием медийных информационных технологий он стал определяющим и в конвенциональных войнах, и в информационной войне, и наиболее существенным в «цветных революциях»

и терроризме. В процессе медиатизации происходит искажение политической реальности – отсутствие непосредственного контакта и непосредственной (первичной) информации компенсируется средствами массовой информации (вторичной информацией), образ оппонента демонизируется, превращается в непримиримого врага. Препятствием на этом пути может стать осторожность, взвешенность, мудрость, согласованность, взаимопонимание политиков, журналистов, медийных персон на основе научных рекомендаций авторитетных ученых.

### **Библиографические ссылки**

1. *Байчик А. В.* Массмедийное пространство ценностного конфликта: дис. ... д-ра полит. наук, СПб., 2022.
2. *Asp K.* Fairness, informativeness and scrutiny: The role of news media in democracy // *Nordicom Review*. 2007. Vol. 28. P. 31–49.
3. *Клушина Н. И.* Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль // *Русская речь*. 2014. № 1. С. 66–73.
4. *Землянова Л. М.* Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // *Вестник Москов. ун-та. Сер. 10, Журналистика*. 2002. № 5. С. 83–97.
5. *Воинова Е. А.* Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2006.
6. *Лабуш Н. С., Пую А. С.* Медиатизация экстремальных форм политического процесса: революция, война, терроризм. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2019. 340 с.