

УДК 316.47+316.772.4/5

Т. Е. Новицкая

Институт философии Национальной академии наук Беларуси

МЕДИАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА КАК ПРОЦЕСС

В статье представлен анализ идеи медиатизации как процесса в рамках теории медиума и в теории медиатизации, которые исследуют роль медиа в трансформациях культуры и общества. Представителям этих подходов процессуальная сущность медиатизации видится конвенциональной, однако нет консенсуса по поводу того, как хронологически структурировано влияние медиа на социальные изменения. Рассмотрены особенности ее периодизации, а также характер смены ее этапов, вопросы их соотношения. В работе обобщены взгляды на детерминацию социальной динамики средствами сообщения представителями теории медиума. Детально проанализированы подходы к процессу медиатизации в современных западных исследованиях медиа и коммуникаций (С. Хьярвард, А. Хепп, А. Хоскинс). Аналитически рассмотрена интерпретация медиатизации как магистрального метапроцесса современности (Ф. Кротц), по своей значимости сравнимого с глобализацией, индивидуализацией и коммерциализацией. Современная фаза медиатизации понимается как «расширенная медиазация», «глубокая медиатизация», которая фундируется новыми медиа – так называемыми «текучими медиа».

Ключевые слова: медиатизация, медиа, средства массовой информации, новые медиа, процесс, теория медиума, теория медиатизации.

Для цитирования: Новицкая Т. Е. Медиатизация общества как процесс // Труды БГТУ. Сер. 6, История, философия. 2021. № 1 (245). С. 166–170.

T. Navitskaya

Institute of Philosophy of the National Academy of Sciences of Belarus

MEDIATIZATION OF SOCIETY AS A PROCESS

The article presents the analysis of the idea of mediatization as a process within the framework of the medium theory and in the mediatization theory, which investigate the role of media in the transformations of culture and society. For representatives of these approaches, the procedural essence of mediatization seems to be conventional, but there is no consensus on how the influence of media on social change is chronologically structured. The features of its periodization, as well as the nature of the change of its stages, the issues of their correlation are considered. In the work, there are summarized the views on the determination of social dynamics by means of mediums by representatives of the medium theory. The approaches to the course of mediatization in modern Western media and communication studies are analyzed in detail (S. Hjarvard, A. Hepp, A. Hoskins). The interpretation of mediatization as the main metaprocess of our time (F. Krotz), which is comparable in importance to globalization, individualization and commercialization, is analytically considered. The modern phase of mediatization is understood as “extended mediazation”, “deep mediatization”, which is based on new media – the so-called “liquid media”.

Key words: mediatization, media, mass media, new media, process, medium theory, mediatization theory.

For citation: Navitskaya T. Mediatization of society as a process. *Proceedings of BSTU, issue 6, History, Philosophy*, 2021, no. 1 (245), pp. 166–170 (In Russian).

Введение. Социализация медиа и сдвиг в модели социальной коммуникации к модели «многие – многим» оказали существенное влияние на большинство сфер жизни общества. Данные изменения инициировали интерес науки к синхроническому срезу медиаландшафта: ряд дисциплин фокусируется на состоянии медиасреды в определенный момент времени, на ее содержательном аспекте (лингвистика, журналистика, социология, психология, культурология, политические, экономические науки и пр.). В то же

время в контексте исследований медиа и коммуникаций существуют два ключевых направления, объектом изучения которых является не медиаконтент и его специфика, а влияние медиа на общество в широкой перспективе, формирование с помощью их общения, взаимодействия, социальных отношений и процессов, – это теория медиатизации (mediatization theory) и теория медиума (medium theory).

Теория медиатизации (S. Hjarvard, A. Hepp, K. Lundby, N. Couldry, F. Krotz и др.) призвана

выявить взаимосвязь между медиакоммуникационными и социокультурными трансформациями. Зародившись в конце прошлого столетия, она стала активно развиваться в XXI в., прежде всего в скандинавских странах, Германии, Великобритании. Во многом она обязана своей популярностью бурному росту новых медиа – катализатору как ряда важных общественных перемен, так и их осмысления в рамках социальной теории. На сегодняшний день актуализировались академические дискуссии о феномене медиатизации. В западной науке такие исследования приобретают характер набирающего обороты тренда, в авторитетных международных журналах по проблематике медиа и коммуникаций ведется полемика о сущности и значении данного процесса. Возрастание интереса к данной теме наблюдается и в русскоязычной научной литературе, однако можно говорить лишь о начале формирования тенденции, аналогичной западной.

В фокусе исследовательского внимания ученых, работающих в рамках теории медиума, которая сформировалась в 1960–1980 гг., – сущность и возможности средств сообщения (mediums). Они рассматриваются как обладающие широким спектром воздействия на характер культуры и общества. Джошуа Мейровиц обозначил данный подход как «альтернативу доминирующей парадигме медиаэффектов» [1, с. 517], в которой изучается влияние медиаконтента на индивида и общество. Таким образом, теория медиума сместила акцент с содержательных аспектов медиасферы как ключевого источника влияния на характер и возможности средств сообщения. Основной вопрос для них не в том, какое воздействие оказывает определенный медиаконтент, а каким образом средство коммуникации определяет особенности восприятия. С одной стороны, это сближает два указанных подхода, а с другой – теория медиатизации отличается более широкими исследовательскими перспективами. Она включает в себя обозначенную тематику, но и не пренебрегает обращением к контенту, при этом избегая излишнего сужения проблематики (например, обращаясь к медиатизации политики, культуры и искусства, религии, науки и т. п.). В исследованиях медиатизации поднимается вопрос о месте и роли медиа в непрерывном и многоуровневом социальном конструировании реальности. В этом контексте вопросы ее течения и хронологии, взаимодействия различных типов медиа как фактора социальной динамики также представляются актуальными. Цель настоящей статьи – обзор и анализ теоретических концепций, в которых медиатизация понимается как процесс.

Основная часть. Рассмотрим, каким образом трактуется идея медиатизации как динамического феномена в социальных исследованиях. Аналитики, работающие в рамках теории медиума (У. Онг, Г. Иннис, Г. М. Маклюэн, Д. Мейровиц) делают упор на долгосрочных исторических процессах, а также изменениях социальных отношений под влиянием коммуникационных технологий и говорят о последовательной смене этапов культуры: традиционной устной, письменной, печатной и культуры электронных медиа (от телеграфа до Интернета и мобильной связи). В зависимости от доминирующего средства сообщения варьируются и ограничения коммуникации во времени и пространстве, возможности личного участия, масштабы распространения информации. С ними коррелирует развитие социальных институтов и знания, специфика социальных отношений. Воздействие медиума на общество опосредовано развитием информационных сетей, изменением и распространением ролевых моделей, групповых идентичностей.

Британский социолог Джон Брукшир Томпсон рассматривает переход к модерности в связи с исторически доминирующими типами медиа. По его мысли, трансформация медиа способствует трансформации символических форм, а значит и коммуникации посредством медиа. Томпсон использует термин «медиатизация» (mediatization) и рассматривает ее в контексте теории модерности не как линейный, а как долгосрочный волнообразный процесс, возникший задолго до создания цифровых медиа. Начиная с XV в. появление печати и институционализация печатных СМИ способствовали расширению масштабов коммуникации, производства и распространения символических форм, что повлекло за собой изменения моделей коммуникации и социального взаимодействия. В свою очередь эти процессы (наряду с другими факторами) стимулировали становление современных институтов государства, науки и публичной сферы. Развитие электронных медиа и переход к опосредованной коммуникации привели к усилению модернизации. Этап, начавшийся в 1990-х гг. и ознаменовавший изменения в области коммуникационных потоков, Томпсон маркирует как «расширенную медиатизацию» [2, с. 110]. Медиа продолжают играть важнейшую роль в детерриторизации культурного опыта и социального взаимодействия, и со временем масштабы этих процессов расширяются.

Датский исследователь медиа и коммуникации Стиг Хьярвард [3] также рассматривает данный феномен как долгосрочный процесс, усилившийся в XX в. В основе его периодизации – критерий институционализации медиа.

При переходе от аграрного к индустриальному обществу они выступали в качестве инструмента для иных социальных институтов. С появлением радио СМИ стали крепнуть как культурный институт с просветительской и образовательной миссией. По мере ослабления монополии в области медиа, профессионализации сферы и возникновения журналистики они перешли на стадию институционализации. В 1980-х гг. в западных обществах благодаря конкуренции, рыночным отношениям и коммерциализации СМИ стали независимым институтом. В 1990-х гг. с появлением мобильной телефонии и Интернета дерегулирование медиа продолжилось. Сегодня актуализировался вопрос об усилении влияния на общество новых медиа, которые регулируются в меньшей мере. Сетевая организация глобальной информационной сети предполагает усиление роли горизонтальных структур; производство информационного контента в ней осуществляется не столько усилиями профессиональных журналистов, сколько интернет-пользователями.

Профессор Университета Глазго, специализирующийся в междисциплинарных исследованиях, Эндрю Хоскинс смещает начальную точку медиатизации и выделяет два ее последовательных этапа, фундированных соответственно традиционными СМИ и цифровыми медиа. Первый этап он связывает с активным развитием медиа и институтов эры радиовещания и телевидения, а второй представляет собой результат повсеместного проникновения новых медиа. Хоскинс отмечает, что эти этапы взаимосвязаны между собой – второй налагается на элементы первого, а отличие между ними состоит в том, что на втором происходит сдвиг в наших отношениях с медиа, которые глубоко пронизывают повседневные социальные практики. Сервисы Web 2.0 позволяют производить информационный контент так же легко, как и потреблять его: так пользователи вносят вклад в цифровое изобилие, которое стало движущей силой новой медиаэкологии. Вторая фаза медиатизации дает возможность принципиально иного производства, распространения и потребления информации [4, с. 148].

Немецкий социолог Фридрих Кротц понимает медиатизацию как непрерывный метапроцесс, начавшийся с появлением грамотности, порождающий длительные широкомасштабные культурные изменения и имеющий долгосрочное влияние на социальное и культурное развитие человечества, как «процесс процессов» наравне с глобализацией, индивидуализацией, коммерциализацией. Эти магистральные процессы могут длиться столетиями, не ограничиваться территориально и культурно. Нет определенности по поводу их начала и конца, их направленность и границы содержания также

размыты. Они не являются процессами в строгом смысле, если под последними понимать временную последовательность различных взаимосвязанных состояний. Процесс протекает в четко определенной области, имеет определенную отправную точку и направление. А под метапроцессами Кротц понимает «конструкты, которые описывают и теоретически постигают конкретные экономические, социальные и культурные аспекты и уровни актуальных изменений» [5, с. 256]. По его утверждению, наиболее актуальным метапроцессом современности является медиатизация – «исторические события, которые происходили и происходят как изменения (коммуникационных) средств массовой информации и их последствия» [5, с. 257]. Эти изменения обычно заключаются в появлении новых видов и форм медиа, усилении их роли. Как правило, инновационные медиа не вытесняют и не замещают прежние виды и формы полностью. Они сосуществуют, взаимодействуют, что иллюстрирует функционирование Интернета, агрегирующего традиционные СМИ. С одной стороны, возрастает разнообразие медиа, с другой – медиасреда становится более дифференцированной. Итак, медиатизация общества предполагает: 1) рост числа различных медиа, их тематики и направлений, это начинает играть одну из ключевых ролей в жизни человека, в распределении его времени, задает его интересы; медиа и их содержание становятся поводом для осмысления и обсуждения; 2) функции медиа расширяются, апплицируются на многие сферы социальной жизни, в них происходит нормализация коммуникации, опосредованной интерактивными медиа; 3) все это вызывает изменения в понимании мира, идентичностях и социальных отношениях, взаимодействиях с различными институтами [5, с. 258].

Задавшись вопросом, насколько глубоко медиатизация укоренилась в человеческих практиках, профессор медиа и коммуникации Университета Бремена Андреас Хепп обозначил современный этап медиатизации как «глубокую медиатизацию». Он связывает его со скачком в распространении новых медиа. Основным фактором данного углубления стала диджитализация. Хепп выделяет три основные волны медиатизации, фундированные соответственно механизацией, электрификацией и цифровизацией [6, с. 5]. Он трактует медиатизацию не как линейный процесс – ее развитие волнообразно. Ученый выделяет периоды наложения, пересечения ее волн. Характеризуя фазу глубокой медиатизации, Хепп выделяет пять текущих трендов: 1) дифференциация огромного числа цифровых медиа; 2) растущая индивидуальная и коллективная связанность в медиа и посредством них;

3) повсеместность медиа, что обеспечивает возможность постоянного «присутствия» в нескольких местах; 4) быстрые темпы разработки и внедрения новых видов медиа; 5) датафикация как представление социальной жизни в форме компьютеризированных данных на медийных устройствах на основе их программного обеспечения и инфраструктуры [6, с. 40].

В целом, поддерживая рассмотрение медиатизации как метапроцесса в духе Ф. Кротца, Хепп идет дальше: он не только интерпретирует медиатизацию с точки зрения ее динамики, но и рассматривает в качестве процесса медиа как таковые. В данном контексте чрезвычайно важна их способность к конструированию постоянно меняющейся социальной реальности. Он полагает, что медиа никогда не были статичными, но во времена глубокой медиатизации их процессуальный характер проявляется все более отчетливо [6, с. 58]. Отталкиваясь от концепта «текучей современности» Зигмунта Баумана, Марк Дезе вводит в научный оборот понятие «текучих медиа» (“liquid media”): гибкость, снижение уровня иерархичности, ориентированность на потребителя, дерегулирование или изменение регулирования рынка в пользу частных акторов – основа как первой, так и вторых. Благодаря своей текучести цифровые медиа проникли во все сферы повседневной жизни человека и общества и насквозь пропитали их, смешивая глобальное и локальное, приватное и публичное, коллективное и индивидуальное [7, с. 137]. А. Хепп проводит параллели между глубокой медиатизацией и распространением «текучих медиа» – их объединяет вездесущность и невидимость. С одной стороны, их инновационность и экспансивность привлекают внимание исследователей, с другой – некоторые аспекты могут ускользать от внимания именно ввиду всеобщей включенности в контекст сетевой медиасреды.

Заключение. Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что взгляд на медиатизацию в широкой перспективе как на фактор трансформации общества неизбежно влечет за собой обращение к вопросу об ее историческом ходе. Эта проблематизация вытекает из понимания медиа как средства коммуникации и технологического способа передачи информации: инновации в данной области прочно входят в жизнь общества, социальные практики, опосредованные ими, социально нормализуются, что стимули-

рует устойчивые изменения в характере и специфике социальной коммуникации. Как показал осуществленный обзор, для основных представителей теории медиатизации и теории медиума процессуальная сущность медиатизации является конвенциональной. В рассмотренных подходах она интерпретируется в исторической перспективе. В то же время едва ли можно говорить о консенсусе в трактовке того, как хронологически структурировано влияние медиа на изменение социальных отношений и поведения, культуру и общество. Прежде всего, это следствие того, что в теории медиума рассматривается диахронический срез влияния на общественное развитие средства сообщения (*medium*), а данное понятие представляется содержательно более широким, чем используемое в исследовании медиа и коммуникации «медиа» (*media*). Медиум – это совокупность институтов и технических алгоритмов, применяемых для коммуникации через пространство и время, в то время как понятие «медиа» в большей мере привязано к информационно-коммуникационным технологиям и массовой коммуникации. Кроме того, исторически терминологическое обращение к феномену медиатизации актуализировалось позже. Несмотря на то, что многие ученые усматривают истоки этого процесса в XV в. и ранее, действительно бурный всплеск интереса социальных исследователей к нему тесно связан с коренным поворотом в развитии новых медиа. Существует своего рода социальный заказ на исследование периодов, маркируемых как «расширенная медиатизация», «глубокая медиатизация», эпоха «текучих медиа», поскольку новые медиа оказывают мощнейшее, беспрецедентное влияние на специфику конструирования социальной реальности. Проведенный анализ свидетельствует о том, что медиатизация трактуется и как последовательный стадийный процесс, и представляется в виде ряда волн, порой налагающихся друг друга. В целом появление инновационных информационно-коммуникационных технологий не означает использования прежних, ставших традиционными – в век Интернета по-прежнему актуально книгопечатание. В этом смысле можно говорить о современной конвергенции существующих медиа на цифровой интерактивной основе, что представляется перспективным предметом исследования как фактором социокультурных изменений на этапе глубокой медиатизации общества.

Список литературы

1. Meyrowitz J. Medium theory: an alternative to the dominant paradigm of media effects // The SAGE Handbook of Media Processes and Effects; edited by R. L. Nabi, M. B. Oliver. Los Angeles: SAGE, 2009. P. 517–530.
2. Thompson J. B. The Media and Modernity: a Social Theory of the Media. Cambridge: Polity Press, 1995. 314 p.

3. Hjavard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // *Nordicom Review*. 2008. No. 29 (2). P. 105–134.
4. Hoskins A. Flashbulb memories, Psychology and Media Studies: Fertile Ground for Interdisciplinarity // *Memory Studies*. 2009. No. 2 (2). P. 147–150.
5. Hepp A. *Deep Mediatization*. London and New York: Routledge, 2020. 248 p.
6. Krotz F. The meta-process of “mediatization” as a conceptual frame // *Global Media and Communication*. 2007. No. 3 (3). P. 256–260.
7. Deuze M. Media life // *Media, Culture & Society*. 2011. No. 33. P. 137–148.

References

1. Meyrowitz J. Medium theory: An alternative to the dominant paradigm of media effects. *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*; edited by R. L. Nabi, M. B. Oliver. Los Angeles, SAGE, 2009, pp. 517–530.
2. Thompson J. B. *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*. Cambridge, Polity Press, 1995. 314 p.
3. Hjavard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 2008, no. 29 (2), pp. 105–134.
4. Hoskins A. Flashbulb memories, Psychology and Media Studies: Fertile Ground for Interdisciplinarity. *Memory Studies*, 2009, no. 2 (2), pp. 147–150.
5. Hepp A. *Deep Mediatization*. London and New York, Routledge, 2020. 248 p.
6. Krotz F. The meta-process of “mediatization” as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 2007, no. 3 (3), pp. 256–260.
7. Deuze M. Media life. *Media, Culture & Society*, 2011, no. 33, pp. 137–148.

Информация об авторе

Новицкая Татьяна Евгеньевна – научный сотрудник Центра социально-философских и антропологических исследований. Институт философии Национальной академии наук Беларуси (220072, г. Минск, ул. Сурганова, д. 1, корп. 2, Республика Беларусь). E-mail: navitskaya.philosophy@gmail.com

Information about the author

Tatsiana Navitskaya – Researcher of Center for Social-Philosophical and Anthropological Studies. Institute of Philosophy of the National Academy of Sciences of Belarus (1/2, Surganova str., 220072, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: navitskaya.philosophy@gmail.com

Поступила 15.03.2021