

Научная статья

УДК 101.1:316

<https://doi.org/10.24158/fik.2021.6.1>

### Медиатизация: эффекты медиареальности

**Елена Игоревна Кузнецова**

Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова,  
Нижний Новгород, Россия, [tvelena@mail.ru](mailto:tvelena@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-5231-7881>

**Аннотация.** Медиатизация – одно из ключевых понятий социогуманитарного дискурса цифровой эпохи и вместе с тем – одно из наиболее дискутируемых. В статье анализируется проблематика медиатизации в современном социально-философском и социологическом дискурсе, рассматриваются различные методологические подходы к анализу проблемы. Предлагается осмысление эффектов медиатизации на основании анализа символического социокультурного феномена – медиареальности. Выявлен диалектический характер исторического развития медиатизации, проявившийся в медиареальности, созданной традиционными электронными массмедиа; проанализированы комплексные эффекты медиатизации в процессах воздействия медиареальности на социально-политические процессы и жизненный мир человека. Оригинальность работы состоит в обосновании медиатизации как развивающегося культурно-исторического феномена, эффекты которого проявляются на разных стадиях развития техногенной цивилизации.

**Ключевые слова:** медиатизация, новые медиа, электронная медиареальность, цифровая медиареальность, техногенные символические коммуникации, жизненный мир, коллективный субъект, институциональность

**Для цитирования:** Кузнецова Е.И. Медиатизация: эффекты медиареальности // Общество: философия, история, культура. 2021. № 6. С. 13–16. <https://doi.org/10.24158/fik.2021.6.1>

Original article

### Mediatization: the effects of media reality

**Elena I. Kuznetsova**

Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia, [tvelena@mail.ru](mailto:tvelena@mail.ru),  
<https://orcid.org/0000-0002-5231-7881>

**Abstract.** Mediatization is one of the key concepts of the socio-humanistic discourse of the digital age and at the same time one of the most debated. The problems of mediatization in the modern socio-philosophical and sociological discourse are analyzed, various methodological approaches are considered. The author suggests understanding the effects of mediatization based on the analysis of a symbolic socio-cultural phenomenon – media reality. The dialectical character of the historical development of mediatization is revealed, which is manifested in the media reality created by traditional electronic mass media; the complex effects of mediatization in the processes of media reality impact on socio-political processes and the human life are analyzed. The mediatization is explained as a developing cultural and historical phenomenon, the effects of which are manifested at different stages of the development of civilization. The methods of analysis of technogenic symbolic environments, as well as the phenomenological analysis of the world of “mediatized” everyday life are used as research tools.

**Keywords:** mediatization, new media, electronic media reality, digital media reality, technogenic symbolic communications, lifeworld, collective subject, institutionality

**For citation:** Kuznetsova E.I. Mediatization: the effects of media reality // Society: Philosophy, History, Culture. 2021. No. 6. P. 13–16. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/fik.2021.6.1>

**Введение.** Проблема медиатизации получает свою актуализацию в социогуманитарном исследовательском дискурсе в контексте концепций информационного общества, рассматривается как феномен информационного общества и предметно включается в общие границы исследования процессов компьютеризации и информатизации общества, в том числе дискуссий по этим направлениям. Изучение медиатизации в начале третьего тысячелетия актуализируется в связи с взрывным развитием новых цифровых медиа. Вместе с тем представляется, что рассматриваемая проблема лежит не только в контексте трансформации медиасистемы, но и в русле философской рефлексии о соотношении цивилизации и культуры, в направлении исследования особенностей жизнедеятельности различных обществ, исторических эпох. Теоретическим основанием размышлений, предлагаемых в данной статье, выступают подходы, осуществляемые в рамках медиафилософии, рассматривающие историю цивилизаций как историю развития медиа.

В качестве исследовательского инструментария приняты методы анализа техногенных символических сред, а также феноменологический анализ мира «медиатизированной» повседневности.

**Проблематика медиатизации в современном научном дискурсе.** В социогуманитарных исследованиях понятие «медиатизация» относится к весьма востребованным, оно до сих пор выступает предметом дискуссий, что отражает современная отечественная и зарубежная научная литература [1]. Вместе с тем в исследовательском дискурсе представлено обобщенное понимание медиатизации как процесса и результата формирующего влияния массмедиа на общественные отношения, социальные практики и институты посредством медиатехнологий, в ходе которого «конструируется» особая медиасоциальная реальность. Сложилась различные методологические подходы к анализу проблемы. Следуя институциональному анализу, медиатизация представляет собой адаптацию различных систем и областей (социальных, политических, религиозных и т. д.) к логике СМИ [2]. В рамках методологии социального конструктивизма медиатизация понимается как процесс, в котором эволюция информационно-коммуникационных технологий приводит к преобразованиям в коммуникативном конструировании культуры и общества [3]. В то же время представители обеих традиций разделяют общий взгляд: медиатизация отражает взаимосвязь между изменением средств массовой информации и коммуникации, с одной стороны, и изменением культуры и общества – с другой. Большую исследовательскую рефлексию получила концепция «медиатизированных миров», где роль медиа признается «формирующей силой», что дает возможность рассматривать процесс медиатизации как изменение трансмедиальных коммуникативных конфигураций, с помощью которых и конструируются миры [4]. Анализ концепции медиатизированных миров осуществляется в ряде работ [5]. Вместе с тем выдвинутое Ф. Кротцем утверждение, что медиатизация представляет собой социальный метапроцесс в ряду таких, как глобализация, индивидуализация и коммерциализация [6], вызвало возражение об отсутствии подтверждающих свидетельств социально-исторических изменений на протяжении веков [7].

В ряду исследовательских сегментов одним из аспектов выделяется проблема социокультурных последствий медиатизации и ее влияния на внутренние аспекты деятельности медиасистемы: особенности функционирования телевидения в новых условиях и фиксация снижения его социализирующего потенциала [8], появление в медиапространстве специфических синтезированных форм досуга, вытеснение досуговых практик, ранее осуществлявшихся в реальном времени и пространстве [9]; новые формы воздействия на журналистскую практику в условиях цифровизации самой медиасистемы как на макроуровне – институционального характера в целом, так и на мезоуровне – конкретной медиаорганизации [10].

**Медиатизация как исторический феномен.** В дискурсе о медиатизации достаточно часто встречается утверждение, что этот феномен является в основном предметом изучения нового поколения теорий коммуникации, в фокусе которых находятся цифровые медиа. Нельзя не согласиться с тем, что беспрецедентное ускорение, которое придали инновационные медиатехнологии всему ходу социального развития, породило новые коммуникативные теории. Вместе с тем нет оснований забывать о существовании развиваемых медиафилософией традиций, рассматривающих историю цивилизаций как историю развития медиа, которые определили и понимание медиатизации как исторического процесса технологического развития общества [11]. Если посмотреть с этой точки зрения на медиатизацию как на процесс включенности символических систем во все структуры общественных отношений и влияния на них, то можно говорить о медиатизации социальных процессов задолго до наступления цифровой эпохи.

В поисках ответа на вопрос об эволюции эффектов медиатизации в исторической ретроспективе рассмотрим ресурсы влияния на общество телекоммуникационных медиа, которые сегодня называют традиционными, или «старыми». Их общим конститутивным признаком является техногенность, порожденность техническими средствами. Комплексное взаимодействие технических проводников и символических форм, возникшее в эпоху электронных коммуникаций (радиовещания и телевидения), привело к возникновению особой символической реальности – медиареальности. Если прежние символические коммуникации формировали социальный опыт в конкретно-чувственных формах ритуальной и обрядовой событийности, то медиареальность создала многослойную опосредованную модель событийности и иллюзорного опыта «не-присутствия». Это «кодифицированный мир», сотканный из символов, мир, в самих намерениях которого заключена непрозрачность [12, S. 77]. Приоритеты этого мира от архетипов книжной культуры переходили к устному слову и визуальным образам. Быстрые эффекты медиатизации продемонстрировала уже радиореальность, убрав границы между домашней повседневностью и миром высокого музыкального искусства, открыв двери рекламному потоку «мыльных» радиосериалов. Коммуникативный потенциал радиореальности немедленно оценил политический рынок, получивший максимальную инклюзивность новых сегментов аудитории в актуальную информационную повестку.

Телевизионная медиареальность привнесла в социальные коммуникации новую онтологическую интригу: экран представил в зримых формах реальность мира, изображение казалось «растворяющимся» в самой действительности, в ее «непредвзятом течении». Телевизионное «настоящее время» виделось подлинным, в отличие от кинематографического «иллюзорного», и совсем не усматривался интерпретирующий субъект в его функциональности и интенциональности. Вместе с тем медиареальность предлагала бесконечную игру в знаки; философская коллизия, которую породил феномен телевизионной медиареальности, лежала в плоскости проблемы репрезентации иконического текста, метода его прочтения.

Начиная с середины XX в. эффекты медиатизации стали предметом анализа в социально-философских и социологических подходах к медиакommunikации: в концепциях мимесиса, технологического медийного фундаментализма, структурного функционализма, социального конструктивизма, системной теории, в то же время предлагая полипарадигмальный взгляд на процессы и формы опосредования. Когда исследовательский маятник оказался в постмодернистской точке, он представил наиболее парадоксальный образ медиареальности как симулятивной модели. Суть медиатизирующего эффекта была образно выражена в изложении Ж. Бодрийара: «Тревелинг знаков, масс-медиа, моды и моделей, беспроглядно-блестящей атмосферы симулякров» [13, с. 153]. В еще более радикальной позиции Ж. Делеза медиареальность предстала как нерепрезентативная модель симулякра, и если копии – это вполне обоснованные претенденты, обеспеченные подобием, то симулякры уподобляются ложным претендентам, не обеспеченным подобием [14, с. 228–229]. В то время как парадигма отражения игнорировала проблему многослойной, ускользающей медиации в техногенной символической реальности, постмодернизм уходил от социальной и политической прагматики в семиотические и эстетические коллизии.

Медиареальность заменила «живой» мир медиатизированной копией; увеличение интенсивности «удаленных» коммуникаций, расширивших коммуникативное пространство, поглотило собой «близкую» повседневность человека. В виртуализации форм присутствия «отсутствующих» проявились характерные признаки медиатизации повседневности. Суггестивные эффекты экранных образов, производимые «ускользающими» символическими посредниками, привели к своеобразной колонизации жизненного мира, формировали новый тип медийной рациональности, опосредованного познания, дробили мир мозаикой «других» образцов культурной идентичности и тем самым порождали иллюзию обретения «телевизионным» человеком большего социального опыта. Однако такого рода медийный опыт «ускользал» от человека так же, как и энергичные его изображения, погружая аудиторию в мир иллюзорной медиареальности. Новые медиа XXI в. пришли на подготовленную электронной медиареальностью почву техногенных символических коммуникаций и достаточно легко покорили аудиторию апробированными схемами и моделями коммуникации, представив ее цифровую модификацию.

**Институциональные эффекты медиатизации.** Рост медиатехнологий во второй половине XX в. не мог не сместить акценты теоретического изучения массовой коммуникации с онтологической проблемы «реальность vs иллюзия» в плоскость вопрошания о субъекте массмедийной деятельности и его целях. Медиареальность XX в. породила множество теорий массовой коммуникации, в большинстве которых доминировала категория влияния. Информационная повестка и ее разновидности были фокусом для концепций «установления повестки дня», анализирующих смысловые аспекты медиареальности и потенциал ее влияния на общественные процессы. Эти теории, появившиеся во второй половине XX в. и составившие особый корпус исследовательских текстов зарубежной коммуникативистики, к рубежу столетий усиленные понятиями фрейминга и прайминга, заняли ведущее место в доказательстве медиатизационных эффектов медиареальности в политической коммуникации. Понятие «медиаполитика», доказывающее эффекты воздействия массмедиа на политическую сферу, которая начинает существовать по законам медиалогии, рождается именно в русле осмысления феномена медиареальности, созданной традиционными средствами массовой коммуникации. Выявляются институциональные механизмы управления информационным влиянием в медиапространстве как в артикулированных позициях государственной власти, политической конкуренции партийных и бизнес-элит, так и в практиках формирования информационной повестки медиасистемой, выступающей в роли «gatekeeper» (привратника). Символическое пространство медиаполитики, создаваемое целерациональной деятельностью институциональных коллективных субъектов, становится многомерным, выступает доказательством втягивания всех сфер общества в орбиту медиапространства. Разнообразие форм и моделей развития медиапространства зависит от институциональных и культурных особенностей разных стран; их всеобъемлющий характер свидетельствует о ведущей роли медиаполитики в современном историческом контексте: «политика – это преимущественно медиаполитика» [15, с. 221].

**Заключение.** Анализ медиареальности как техногенного социокультурного феномена, создававшегося технологиями традиционных электронных массмедиа, показал, что ее функционирование как символической системы во многом определяло картину мира человека, формировало установки и ценности. На протяжении XX в. эффекты медиатизации проявились как на институциональном уровне, так и в контексте повседневности: с одной стороны, в форме управления и социального контроля в политической сфере, с другой – в создании рутинных практик медиапотребления, колонизировав жизненный мир человека.

Процессы нарастания эффектов медиатизации в современном мире, связанные с развитием цифровых медиа, свидетельствуют о диалектическом характере развития техногенной цивилизации и ставят задачу продолжения осмысления природы техники и оценки ее воздействий на общество, ее места в человеческой культуре, современном усложняющемся мире. Вся история человеческого существования, рассмотренная как история его медиакультуры, может представить нам разные этапы процесса медиатизации, что позволяет согласиться с определением характера медиатизации как социального метапроцесса.

#### **Список источников:**

1. Ushanova I.A. Mediatization of Communication: from Concept to Theory // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2015 Vol. 8. Iss. 11. Pp. 2703–2712. 10.17516/1997-1370-2015-8-11-2703-2712; Kaun A., Fast K. Mediatization of culture and everyday life. Karlstad University Studies, 2014. 103 p.; Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.
2. Mazzoleni G., Schulz W. "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? // Political Communication. 1999. Vol. 16, Pp. 247–261. 10.1080/105846099198613; Schulz W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept // European Journal of Communication. 2004. Vol. 19, Pp. 87–101. 10.1177/0267323104040696; Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society. L., 2013. 192 p.
3. Hepp A. The Communicative Figurations of Mediatized Worlds: Mediatization Research in Times of the 'Mediation of Everything' // European Journal of Communication. 2013. Vol. 28. Pp. 615–629. 10.1177/0267323113501148.
4. Krotz F., Hepp A. A Concretization of Mediatization: How Mediatization Works and Why 'Mediatized Worlds' are a Helpful Concept for Empirical Mediatization Research // Empedocles European Journal for the Philosophy of Communication. 2011. Vol. 3(2), Pp. 137–152. 10.1386/ejpc.3.2.137\_1.
5. Ushanova I. A. Op. cit.; Kaun A., Fast K. Op. cit.; Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 3. С. 8–25. 10.19181/socjour.2017.23.3.5361.
6. Krotz F. Media, Mediatization and Mediatized Worlds: A Discussion of the Basic Concepts // Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age. Basingtoke, 2014. P. 72–87. 10.1057/9781137300355\_5.
7. Lunt P., Livingstone S. Is "Mediatization" the New Paradigm for Our Field? A Commentary on Deacon and Stanyer (2014, 2015) and Hepp, Hjarvard and Lundby (2015) // Media Culture & Society. 2016. Vol. 38. Pp. 462–470. 10.1177/0163443716631288.
8. Полуэктова И.А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 4. С. 71–82. 10.17805/zpu.2018.4.7.
9. Основные тенденции медиатизации современного социокультурного пространства / С.Э. Лебедева [и др.] // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2018. № 4. С. 69–76.
10. Peruško Z., Čuvalo A., Vozab D. Mediatization of Journalism: Influence of the Media System and Media Organization on Journalistic Practices in European Digital Mediascapes // Journalism. 2020. Vol. 21(11). Pp. 1630–1654. 10.1177/1464884917743176.
11. Raible W. Medien-Kulturgeschichte: Mediatisierung als Grundlage unserer kulturellen Entwicklung. Heidelberg, 2006. 461 S.
12. Flusser V. Kommunikologie. Hg. S. Bollmann und E. Flusser. Frankfurt / Main, 2007. 355 S.
13. Бодрийар Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. 387 с.
14. Делез Ж. Платон и Симулякр // Интенциональность и текстуальность. Томск, 1998. 320 с.
15. Кастельс М. Власть коммуникации. М., 2016. 564 с.

#### **Информация об авторе**

**Е.И. Кузнецова** – доктор философских наук, профессор кафедры философии, социологии и теории социальной коммуникации Нижегородского государственного лингвистического университета имени Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия.

#### **Information about the author**

**E.I. Kuznetsova** – D. Phil., Professor, Philosophy, Sociology and Theory of Social Communication Department, Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 15.05.2021;  
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 24.05.2021;  
Принята к публикации / Accepted for publication 10.06.2021.