

Научная статья

УДК 316.422:61

<https://doi.org/10.24158/spp.2022.3.2>

## Особенности медиатизация сферы здоровья в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции

**Анна Васильевна Лядова**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия,  
annaslm@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2820-8589>

**Аннотация.** В статье анализируются особенности медиатизации сферы здоровья. По мнению автора, данный аспект не получил широкого освещения в научном дискурсе. Тем не менее в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции, когда здоровье стало приоритетной темой в публичном пространстве, возникает необходимость его изучения. Исходя из основных подходов к анализу медиатизации, автор выделяет три типа медиа в сфере здоровья: 1) институционализированные; 2) неформально экспертные; 3) неформально банальные. Трансформация коммуникативного пространства и усиление влияния новых медиатехнологий открывают широкие возможности для популяризации медицинского знания, включая информирование населения о потенциальных рисках для здоровья, способах их преодоления и профилактики, что в целом способствует повышению санитарной грамотности людей и формированию у них здоровьесберегающей идеологии. Однако в условиях многоканальности и коммодификации области здравоохранения данный процесс имеет амбивалентное влияние, так как преобладание неинституционализированных форм провоцирует распространение деструктивных практик в отношении здоровья. В связи с этим представляется значимым формирование и развитие концепции публичной медицины, суть которой заключается в управлении медиатизацией сферы здоровья.

**Ключевые слова:** здоровье, медицинский дискурс, медиатизация, пандемия новой коронавирусной инфекции, особенности медиатизации сферы здоровья

**Для цитирования:** Лядова А.В. Особенности медиатизация сферы здоровья в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 3. С. 20–24. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.3.2>.

Original article

## Features of mediatization in health spere under the conditions of new coronavirus pandemic

**Anna V. Liadova**

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia,  
annaslm@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2820-8589>

**Abstract.** The article analyzes the mediatization in health. According to the author, this aspect has not received wide coverage in scientific discourse. However, under the context of the new coronavirus pandemic, when health has become a priority topic in public access, its study is revealed. The author proceeds from the main approaches to the analysis of mediatization, identifies three types of media in the field of health: 1) institutionalized; 2) informally expert; 3) informally banal. As the article states, the transformation of the communication space and the study of new media technologies open up wide opportunities for popularizing medical knowledge, including informing the population about the alleged health risks and ways to overcome and prevent them, which in general, increase people's medical literacy and form a health-saving ideology among people. However, this process has an ambivalent impact in a multichannel and commodified health field, as the prevalence of non-institutionalized forms provokes the spread of destructive practices in relation to health. Consequently, it is important that the concept of public health is formed and elaborated, the essence of which is to manage the mediatization of the health sector.

**Keywords:** health, medical discourse, mediatization, new coronavirus infection pandemic, features of health mediatization

**For citation:** Liadova, A.V. (2022) Features of mediatization in health spere under the conditions of new coronavirus pandemic. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics.* (3), 20–24. Available from: [doi:10.24158/spp.2022.3.2](https://doi.org/10.24158/spp.2022.3.2) (In Russian).

Жизнь современного общества протекает в широком медиапространстве. Его формирование обусловлено активным влиянием массмедиа. Для анализа медийно-опосредованных фено-

менов социальной жизни в научный оборот введено понятие «медиатизация». Цифровые технологии способствуют его дальнейшему распространению как в публичном пространстве, так и в приватном. Как отмечает современный британский социолог Дж. Урри, в условиях цифровизации «физическое перемещение предметов и людей в значительной мере заменяется различными цифровыми формами связи и впечатлений» (2018: 215). Это ведет к трансформации существующих и созданию новых форм социальных отношений и практик во всех областях жизнедеятельности социума, включая и сферу здоровья.

В условиях пандемии новой коронавирусной инфекции тема здоровья превратилось в центральный объект публичного дискурса. В связи с этим считаем актуальным выделить особенности медиатизации сферы здоровья, что и выступает целью данного исследования. Для ее достижения представляется обоснованным прежде всего рассмотреть сущность самого понятия «медиатизация». Стоит обратить внимание, что его содержание активно дискутируется в работах как отечественных авторов, так и зарубежных. Если обратиться к истокам его возникновения в научном лексиконе, следует начать с работы британского социолога Дж. Томпсона (Thompson, 1995). Анализируя влияние средств массовой информации на современное общество, он предложил рассматривать их не просто как посредников в передаче сообщений, а как создающих новое знание о социальной реальности. Хотя данный тезис не является новым, тем не менее в подходе данного автора особое значение приобретает акцентуация роли медиа в формировании не только повестки дня в публичном пространстве, но и, что наиболее важно, культурных образцов, которые посредством сигнификации и седиментации смыслов интернализируются индивидами в процессе социализации, формируя их идентичность.

Подобная трактовка феномена медиатизации встречается также в работах датского мыслителя С. Хьярварда, предлагающего рассматривать его как «общий процесс, в ходе которого различные области социального становятся зависимыми от медиа» (2020: 46–47). По мнению автора, медиатизация общества отличается амбивалентностью: с одной стороны, медиа автономны от основных социальных институтов, с другой – они тесно с ними связаны. Данная двунаправленность вызывает необходимость адаптации существующих практик к их нормам и характеристикам (Хьярвард, 2020: 48–49). Так, анализируя особенности медиатизации религиозной сферы, датский исследователь выделяет три ее формы: религиозные медиа, журналистика о религии, банальная религия (Хьярвард, 2020: 46). Он указывает, что каждая из них «отражает особый режим власти и контроля» в отношении представления религии в публичном пространстве, что неизбежно ведет к трансформации традиционных религиозных практик и самого института религии в целом (Хьярвард, 2020: 51).

Рассматривая процесс медиатизации современного общества, британский ученый Д. Мейровиц предлагает анализировать влияние медиа через концепт медиаграмотности, уровень которой определяется из восприятия средств массовой информации как проводников (информационная функция), языка (смыслообразующая функция) и среды (конституирующая функция) (Meurowitz, 1985). Обращаясь к концепции «обобщенного другого» в работах Ч. Кули и Дж. Мида, исследователь выдвигает идею о том, что наше понимание мира как социальных агентов под воздействием медиа претерпевает существенную трансформацию, так как посредством технологий происходит раздвижение границ социального, с которым мы не вступаем в непосредственные взаимодействия, в силу чего наше восприятие мира формируется уже не только под влиянием опыта этих интеракций. По мнению автора, современные СМИ создают более широкое представление о социальной арене, укрепляя наши связи с далекими людьми и местами, потенциально ослабляя локальные отношения, а также превращая окружающий мир в простой «фон» для нашего опыта. Таким образом, мы можем жить в каком-то месте, не интегрируясь в него по-настоящему, что ведет к изменению как пространственно-темпоральных характеристик социального окружения, так и его смыслов (Meurowitz, 2005: 22–23).

Австралийский исследователь С. Маккуайр, анализируя влияние медиа на развитие городской системы, указывает, что такой симбиоз технологий и архитектуры порождает особые гибридные формы социального пространства (2014: 7). Автор отмечает, что их характерной чертой становится амбивалентность: «Из-за сложности тесно переплетенных лавинообразных последствий любой выбор становится... проблематичным» (Маккуайр, 2014: 9–10).

Отечественный социолог Е.Г. Ним, ссылаясь на работу немецких исследователей Ф. Кротца и А. Хеппа (Нерр, Krotz, 2014), трактует медиатизацию как концепт, описывающий взаимосвязь трансформации медиа и общества (Ним, 2017). При этом внимание акцентируется на особенностях проявления этого процесса в разных социальных мирах, которые автор, следуя за идеей зарубежных коллег, анализирует с помощью понятия медиатизированных миров, предлагая различать три их типа: миры-территории, миры-фигурации, миры-альтернативы (Ним, 2017: 15, 18–19).

Более обобщающий подход можно встретить в исследовании другого отечественного социолога, В.Л. Примакова (2019), который в своем определении медиатизации не только заостряет внимание на процессе трансформации, но и предлагает включить в его трактовку сам результат – особую медиасоциальную реальность. По мнению автора, ее конструирует медиаформат, который представляет собой совокупность «некоторых конструктов, элементов, определяющих контент и особенности его трансляции» (Примаков, 2019: 225, 230).

В связи с этим представляется плодотворной идея российского исследователя Е.Л. Вартановой: указывая, что степень проникновения медиа в жизнь современного человека ведет к его тотальной зависимости от медиасреды, автор ставит вопрос о необходимости переосмысления понятия «социального человека» А. Молля. По ее мнению, под влиянием медиатизированного и цифрового общества он постепенно становится *homo mediatus* – «человеком медийным», в развитии которого определяющую роль играет медиаконтент (Вартанова, 2015: 9).

При обобщении подходов к определению феномена медиатизации очевидно, что в рамках современных теорий воздействие медиа рассматривается как всесторонний глубокий процесс, в ходе которого трансформируются существующие формы социальных отношений и развиваются новые. Это ведет к изменениям социальной структуры в целом. В качестве ключевых характеристик данного явления можно выделить следующие признаки: доминирование медиа как источника формирования социального знания; усиление влияния медиа в приватном пространстве; дуализм реального и виртуального; изменение привычных коммуникативных практик и преобладание их цифровых форматов; модификация языковых конструктов в цифровом дискурсе (медиаязык); трансграничность; деинституционализация; особые механизмы легитимизации конструируемых смыслов («эффект инфлюэнсеров»); авторский плюрализм (множественность контента); преодоление традиционной темпоральности; усиление роли медиаграмотности для эффективного функционирования в условиях медиатизированного общества.

Из анализа научного дискурса о медиатизации очевидно, что большинство авторов рассматривают данную проблематику в политической («медиатизированная политика»), экономической или культурной подсистемах, что обусловлено их значимостью в развитии социума.

Исследования медиатизации в сфере здоровья, на наш взгляд, не так многочисленны. Тем не менее их анализ позволяет выделить следующие направления разработки этой темы в научном дискурсе. К первому можно отнести исследования особенностей трансформации института медицины под влиянием информационно-коммуникационных технологий, в частности вопросы формирования цифровых моделей взаимодействия в рамках медицинской практики, соотношения возможностей и рисков в функционировании цифрового здравоохранения (Бацина и др., 2020; Duplaga, 2013; Menachemi, Collum, 2011). Вторая группа включает изучение практик селф-трекинга в контексте проблемы квантификации телесности (Кляйнеберг, 2018; Ним, 2020; Lupton, 2015, 2016a, 2016b).

Тем не менее, рассматривая влияние медиа на сферу здоровья через методологическую оптику, предложенную в рамках изложенных концепций медиатизации, представляется необходимым прежде всего выявить ее особенности в репрезентации самого феномена здоровья в современном медиатизированном пространстве. Это подразумевает изучение медиаформата как рамки формирования социальной реальности в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции (Примаков, 2019).

С опорой на контент-анализ дискурса о здоровье в разных медиа были выделены следующие характерные для российского пространства особенности медиатизации сферы здоровья в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции. Во-первых, ее персонификация: это позволяет, с одной стороны, привлечь внимание аудитории к проблемам здоровья через описания конкретных ситуаций; с другой – сделать эту информацию более доступной, используя, наряду с медицинскими терминами, их «бытовые» аналоги. Во-вторых, «внедрение» в медиaprостранство представителей медицинской профессии. Подобная профессиональная инклюзия особенно актуальна при пандемии COVID-19, что, на наш взгляд, обусловлено феноменом инфодемии и необходимостью усиления комплаентности населения к принятию профилактических и превентивных мер в борьбе с новой угрозой. В связи с этим привлечение медицинских работников в медиaprостранство способствует популяризации медицинского знания, причем в данном случае оно не является опосредованным, а передается из первых рук, что представляется важным в условиях пропаганды непроверенной, зачастую ложной информации, распространяемой через «жизненные» истории псевдоэкспертами. В-третьих, преобладание неинституционализированных форм: это блоги, социальные сети, посвященные дискурсу проблем здоровья и болезни.

В целом, исходя из классификации форм медиатизации социального пространства, предложенной С. Хьярвардом (2020), можно выделить следующие типы медиа в сфере здоровья: 1) институционализированные; 2) неформально экспертные; 3) неформально банальные.

Первый тип включает формальные медиаорганизации и практики, которые создаются и регулируются акторами общественного здравоохранения (представителями медицинских организаций, государственных органов, фармацевтических компаний). Медиаформат, создаваемый посредством институционализированных медиа, ограничивается, как правило, использованием таких традиционных средств коммуникации, как телепередачи, печатные издания, что снижает эффективность его влияния в условиях цифровизации, особенно на молодое поколение. Наряду с этим, следует отметить и специфику репрезентации здоровья в этом медиаконтенте в его традиционном ценностном смысле, а практики в отношении здоровья – через привычный дискурс о здоровом образе жизни, вреде курения и употребления наркотических веществ, пользе физической культуры и спорта, важности профилактических мер.

К неформально экспертным медиа мы относим представителей медицинского сообщества, которые применяют неинституциональные инструменты (персональные сайты, паблики и блоги), но обладают профессиональным знанием, вследствие чего конструируемое знание является социально одобряемым. Однако при использовании неформального стиля репрезентации оно становится «понятным» и «доступным» остальным участникам.

Третья группа – неформально банальные медиа, т. е. участники, не обладающие профессиональным знанием в сфере здоровья. В качестве примеров можно рассмотреть сетевой дискурс в цифровом формате (например, виртуальные сообщества пациентов), ток-шоу. Особенность данного медиаконтента обусловлена гетерогенностью стилей, анонимностью, субъективностью, противоречивостью преподносимой информации.

Анализ указанных особенностей медиатизации сферы здоровья в современном российском обществе позволяет сделать следующие выводы. Трансформация коммуникативного пространства и распространение влияния новых медиатехнологий открывает широкие возможности для популяризации медицинского знания, включая информирование населения о потенциальных рисках для здоровья и способах их преодоления и профилактики. В целом это способствует повышению санитарной грамотности и формированию здоровьесберегающей идеологии.

Однако в условиях многоканальности и коммодификации сферы здравоохранения данный процесс имеет амбивалентное влияние, так как преобладание неинституционализированных форм провоцирует распространение деструктивных практик в отношении здоровья, что особенно актуально в ситуации пандемии и при снижении социального доверия в обществе. В связи с этим представляется значимым формирование и развитие концепции публичной медицины, суть которой заключается в управлении процессом медиатизации сферы здоровья.

#### **Список источников:**

- Бацина Е.А., Попсуйко А.Н., Артамонова Г.В. Цифровизация здравоохранения РФ: миф или реальность? // Врач и информационные технологии. 2020. № 3. С. 73–80. <https://doi.org/10.37690/1811-0193-2020-3-73-80>.
- Вартанова Е.Л. «Человек медийный» как результат социального развития? // Меди@льманах. 2015. № 5 (70). С. 8–10.
- Кляйнеберг М. Болезнь и здоровье в эпоху велнеса, селф-трекинга и самооптимизации – на пути к обществу здоровья? // Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2018. Т. 34, № 1. С. 17–23. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu17.2018.102>.
- Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / пер. с англ. М. Коробочкина. М., 2014. 388 с.
- Ним Е.Г. «Вы есть ваши данные»: селф-трекинг как феномен глубокой медиатизации // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2020. № 5. С. 29–53. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.5.2020.2953>.
- Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23, № 3. С. 8–25. <https://doi.org/10.19181/socjour.2017.23.3.5361>.
- Примаков В.Л. Медиатизация как теоретический концепт // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2019. № 3 (836). С. 221–238.
- Урри Дж. Как выглядит будущее? / пер. с англ. А. Матвеевко; под науч. ред. С. Щукиной. М., 2018. 315 с.
- Хьярвард С. Три формы медиатизированной религии: изменение облика религии в публичном пространстве // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. Т. 38, № 2. С. 41–75. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>.
- Duplaga M. The acceptance of e-health solutions among patients with chronic respiratory conditions // Telemedicine Journal and e-Health. 2013. Vol. 19, no. 9. P. 683–691. <https://doi.org/10.1089/tmj.2012.0306>.
- Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds: Culture and society in a media age. L., 2014. 347 p.
- Lupton D. The quantified self: A sociology of self-tracking. Cambridge, 2016a. 240 p.
- Lupton D. Personal data practices. in the age of lively data // Digital Sociologies / ed. by J. Daniels, K. Gregory, T. McMillan Cottom. Bristol, 2016b. P. 339–354.
- Lupton D. Quantified sex: a critical analysis of sexual and reproductive self-tracking using apps // Culture, Health & Sexuality. 2015. Vol. 17, no. 4. P. 440–453. <https://doi.org/10.1080/13691058.2014.920528>.
- Menachemi N., Collum T.H. Benefits and drawbacks of electronic health record systems // Risk Management and Healthcare Policy. 2011. Vol. 4. P. 47–55. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S12985>.
- Meyrowitz J. The rise of glocality: New senses of place and identity in the global village // A sense of place: The global and the local in mobile communication / ed. by K. Nyiri. Vienna, 2005. P. 21–30.
- Meyrowitz J. No sense of place: The impact of electronic media on social behavior. N. Y., 1985. 432 p.
- Thompson J.B. The media and modernity. A social theory of the media. Stanford, 1995. 324 p.

## References:

- Batsina, E.A., Popsuyko, A.N. & Artamonova, G.V. (2020) Digitalization of healthcare in the Russian Federation: myth or reality? *Medical doctor and IT*. (3), 73–80. Available from: doi:10.37690/1811-0193-2020-3-73-80. (In Russian)
- Duplaga, M. (2013) The acceptance of e-health solutions among patients with chronic respiratory conditions. *Telemedicine Journal and e-Health*. 19 (9), 683–691. Available from: doi:10.1089/tmj.2012.0306.
- Hepp, A. & Krotz, F. (2014) *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London, Palgrave Macmillan.
- Hjarvard, S. (2020) Three forms of mediatized religion: Changing the public face of religion. *State, Religion and Church in Russia and Worldwide*. 38 (2), 41–75. Available from: doi:10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75. (In Russian)
- Kleineberg, M. (2018) Illness and health in times of self-tracking, wellness and self-optimization. On the way to the health society? *Vestnik SPbSU. Philosophy and Conflict Studies*. 34 (1), 17–23. Available from: doi:10.21638/11701/spbu17.2018.102. (In Russian)
- Lupton, D. (2016a) *The quantified self: A sociology of self-tracking*. Cambridge, Polity Press.
- Lupton, D. (2016b) Personal data practices. in the age of lively data. In: Daniels, J., Gregory, K. & McMillan Cottom, T. (eds.) *Digital sociologies*. Bristol, Policy Press, 339–354.
- Lupton, D. (2015) Quantified sex: a critical analysis of sexual and reproductive self-tracking using apps. *Culture, Health & Sexuality*. 17 (4), 440–453. Available from: doi:10.1080/13691058.2014.920528.
- McQuire, S. (2014) *The media city: Media, architecture and urban space*. Moscow, Strelka. (In Russian)
- Menachemi, N. & Collum, T.H. (2011) Benefits and drawbacks of electronic health record systems. *Risk Management and Healthcare Policy*. 4, 47–55. Available from: doi:10.2147/RMHP.S12985.
- Meyrowitz, J. (2005) The rise of glocality: New senses of place and identity in the global village. In: Nyiri, K. (ed.) *A sense of place: The global and the local in mobile communication*. Vienna, Passagen Verlag, 21–30.
- Meyrowitz, J. (1985) *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York, Oxford University Press.
- Nim, E.G. (2020) “You are your data”: self-tracking as a phenomenon of deep mediatization. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. (5), 29–53. Available from: doi:10.30547/vestnik.journ.5.2020.2953. (In Russian)
- Nim, E.G. (2017) Exploring mediatization of society: The concept of mediatized worlds. *Sociological Journal*. 23 (3), 8–25. Available from: doi:10.19181/socjour.2017.23.3.5361. (In Russian)
- Primakov, V.L. (2019) Mediatization as a theoretical concept. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences*. (3), 221–238. (In Russian)
- Thompson, J.B. (1995) *The media and modernity. A social theory of the media*. Stanford, Stanford University Press.
- Urry, J. (2018) *What is the Future?* Moscow, Delo. (In Russian)
- Vartanova, E.L. (2015) Is “homo mediates” an outcome of social development? *Medi@Imanah*. (5), 8–10. (In Russian)

## Информация об авторе

**А.В. Лядова** – кандидат социологических наук, кандидат исторических наук, доцент, кафедра современной социологии, социологический факультет, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.

[https://www.elibrary.ru/author\\_items.asp?authorid=372563](https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=372563).

## Information about the author

**A.V. Liadova** – PhD in Sociology, PhD in History, Associate Professor, Department of Modern Sociology, School of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

[https://www.elibrary.ru/author\\_items.asp?authorid=372563](https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=372563).

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 21.02.2022;  
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 15.03.2022;  
Принята к публикации / Accepted for publication 29.03.2022.