

УДК 070.1

UDC 070.1

КОДИФИКАЦИЯ ТЕРМИНА «МЕДИАТИЗАЦИЯ» В ЕВРОПЕЙСКОЙ КОММУНИКАТИВИСТИКЕ

CODIFICATION OF THE TERM “MEDIAIZATION” IN EUROPEAN COMMUNICATION SCIENCES

Буридэ,

аспірант кафедри медіалогії
факультета журналістики БГУ

Buride,

Postgraduate Student of the Department of
Medialogy, Faculty of Journalism, BSU

Поступила в редакцию 26.06.19.

Received on 26.06.19.

В статье описано возникновение и становление термина «медиазация» в западноевропейской коммуникативистике 2000–2010-х годов, обозначены смежные понятия и их типологические отличия от изучаемого. Уточнены основные дефиниции – «медиазация» и «медиазация» – и поэтапно представлено достижение учеными консенсуса по определению проблемного поля медиазации в информационно-коммуникационной деятельности. В русскоязычный научный дискурс вводятся источники норвежской, датской, шведской, немецкой, испанской, британской школ медіалогії, переводы текстов которых осуществлены не так объемно, как американской. Терминология, рассматриваемая в тексте, пригодна для использования в исследованиях по проблемам социальной коммуникации, в том числе каналов массовой информации, а также вопросов дигитализации и развития информационного общества.

Ключевые слова: медиазация, медиа, медіалогія, журналістика, дигіталізація, інформаційне суспільство.

The emergence and formation of the term “mediatization” in Western European communication of 2000–2010s is described, and related concepts and their typological differences from the studied ones are indicated. The main definitions, “mediation” and “mediatization” were clarified, and the achievement of consensus by scientists on the definition of the problematic field of mediation in information and communication activities was presented in stages. Sources from the Norwegian, Danish, Swedish, German, Spanish, British Medialogy schools are introduced into the Russian-language scientific discourse, the text translations of which are not as extensive as the American ones. The terminology considered in the text is suitable for use in research on problems of social communication, including media channels, as well as issues of digitalization and development of the information society.

Keywords: mediatization, mediation, media, medialogy, journalism, information society.

Введение. В современной теории общепринятой стала точка зрения, что «медиазация» (mediatization) выражает отношения между медиа и социумом. В качестве представителей мировой медиатеории можно назвать Уолтера Дж. Онга (Walter J. Ong), Гарольда Инниса (Harold Innis), Маршалла Маклюэна (Marshall McLuhan). Однако их оценки по большей части касаются макроуровня, где на медиа как одностороннюю движущую силу, формирующую социум, был навешен ярлык «технического детерминизма». В течение нескольких лет – по мере непрерывного конструирования новой социальной экосферы, созданной медиатехнологиями, – ученые приступили к пересмотру связи медиа с социумом, особенно отношений между функционированием медиа и общественной практикой: «Широкое применение компьютера ориентировано на поступательное переопределение трудовой деятельности, трудовых отношений, более того, сопровождает всю общественную практику и социальные отношения» [1]. Это

в определенной степени активизировало обсуждение субъекта медиа, возродило полемику вокруг так называемой «реконструкции медиа».

Еще в начале 1990-х годов, когда Всемирная сеть стала бурно развиваться, многие ученые предположили, что человечество очень скоро вступит в абсолютно новый «сетевой социум», где Интернет и современные информационные технологии проникнут во все аспекты жизни, трансформируя политику, культуру и повседневную жизнь. Однако Мануэль Кастельс (Manuel Castells) пришел к выводу, что проникновение информационных технологий само по себе еще не говорит об «информационном обществе» (information society). При этом информация стала ключевым игроком современного социального поля, то есть, по мнению таких теоретиков, как Элвин Тоффлер (Alvin Toffler) и Фрэнк Уэбстер (Frank Webster), мы находимся в преддверии категорического заявления о «постиндустриальной эпохе», к которой приведет се-

тевое общество. М. Кастельс же в предисловии к работе «Рассвет сетевого общества» (The Rising of Network Society) дистанцируется от теоретиков «информационного общества»: «Технологии вовсе не являются решающими для социума, так же как социум не задает сценарий в изменениях технологий, поскольку многие факторы, включающие в себя индивидуальные творческие идеи и рискованные стремления, вмешиваются в научные открытия, в технологические новшества и практические социальные процессы, в связи с чем конечный итог зависит от того, каким образом рассматривать сложную модель взаимодействия» [2]. М. Кастельс приводит различия между базовыми понятиями «информационное общество» и «информатизированное общество», делая упор на то, что движение технологий и социума представляет собой отношения динамического взаимного влияния. Ввиду этого социальные явления как раз вращаются вокруг проникновения информационных технологий и становятся их вторичной структурой, тем самым формируя видимый сетевой социум, опирающийся на информационную логику. Информация представляет собой своеобразную динамическую логику, «пронзающую» социальную жизнь, а не только основной фактор социальной деятельности.

На примере компьютера, который представляет собой орудие производства, мы можем заметить явное различие в применении компьютера в качестве орудия производства и первобытных орудий. Оно в том, что древние орудия труда в обязательном порядке были направлены на установленный производственный фактор, в то время как компьютер – повсеместное средство производства, которое можно без ограничений эксплуатировать в любой конкретной производственной реальности. Более того, сегодня любое учреждение, эксплуатируя компьютер, может удовлетворить необходимые производственные потребности, инвертировать собственную производственную структуру и организационную форму. Иными словами, изменить установленные рамки социального механизма – и этот процесс изменения и есть «процесс информатизации», то есть «сложный процесс взаимодействия технологии и социума», о котором упоминал М. Кастельс.

Переход от «информационного социума» к «информатизированному социуму» в действительности предоставил медиологам важный отправной пункт исследования. Медиа как канал коммуникации уже начал

освобождаться от «посреднической роли», имеющей место в традиционном исследовании, и начал оказывать влияние и даже контролировать процесс построения социальной формации.

Английский ученый Джон Б. Томпсон (John B. Thompson) обратил внимание на отношения между медиа и современностью, подчеркивая, что применение новых медиа может создать совершенно новое социальное пространство, как, например, телеграф, телефония, кинематограф, радиовещание и другие средства информации «касаются нового поведения и способа взаимодействия в жизни, новых отношений социальных групп, а также новых моделей соединения себя с другими» [3]. Здесь субъект по отношению к медиа не только представляет собой нечто, выполняющее какую-либо функцию в традиционном понимании, но установленный пользовательский режим субъекта изменяется в обратном направлении – он становится объектом самодостаточного информационного канала, при этом создается новая модель взаимодействия. По словам датского исследователя Стига Хьяварда (Stig Hjarvard), «медиа уже не только является каналом взаимодействия, но и самодостаточным сформированным (mould) способом взаимодействия» [4].

Очевидно, что научный дискурс коммуникативистов, культурологов и медиологов на европейском континенте переживает «виток медиатизации» (turn of mediatization) [5]. Например, Хьявард, Кнут Лундби (Knut Lundby), Фридрих Кротц (Friedrich Krotz), Ник Колдри (Nick Couldry), Андреас Хепп (Andreas Hepp), Клаус Брюн Йенсен (Klaus Bruhn Jensen) уже сформировали масштабную «команду исследования медиатизации», предпринимая попытку заново зафиксировать отношения между медиа и современной социальной политикой, культурой и экономической жизнью. Их темы исследования универсальны – включают как формирование теории медиатизации на макроуровне, так и в мезоаспекте (например, исследования политической медиатизации, религиозной медиатизации, игровой медиатизации). Кроме того, имеют место исследования микроуровня социальной коммуникации.

Основываясь на вышесказанном, сосредоточимся на двух аспектах: во-первых, на понимании «медиатизации» в работах европейских ученых, во-вторых, на освещении различий в категориях, близких к «посредничеству» и «медиатизации», дабы внести

ясность в новые для русскоязычного дискурса дефиниции.

Базовые подходы к терминологии. По мере развития медиатехнологий возрастает роль средств массовой информации в социуме, люди становятся все более зависимыми от медиа. Этот феномен привлекает пристальное внимание ученых.

Начиная с 1980-х годов медиатизация постепенно стала ключевым словом в европейских исследованиях коммуникации, более того, превратилась в особую теорию. Концепция медиатизации главным образом, используется для осмысления степени значимости медиа для социума и культуры. В первую очередь, необходимо уяснить значение термина «медиатизация».

Ввиду того, что исследования медиатизации первоначально зародились и параллельно развивались в Германии и скандинавских странах, языковые различия породили и различия в терминологии. В употреблении слова «медиатизация» наблюдается ряд изменений. Концепция медиатизации впервые была выдвинута в 1986 году шведским медиаисследователем Кентом Аспом (Kent Asp) [6]. Английский профессор социальной психологии Соня Ливингстон (Sonia Livingstone) в работе «Медиатизация во всем» (On the mediatization of everything) рассматривала область лингвистического применения слова «медиатизация», подчеркивая, что данный термин обычно ограничено употребляется в немецком и английском языках [7]. В языках скандинавского региона применение термина «медиатизация» близко к его употреблению в германских, где предполагается, что медиа не только выступает в роли посредника между членами социума, но путем медиатизации СМИ также получают значительную долю власти, исходящей из политических институтов, образовательных учреждений, религиозных общин, семей и др.

Западные ученые высказывали различные точки зрения, касающиеся содержания термина «медиатизация». Так, в английском языке для его обозначения использовались такие слова, как *mediation*, *medialisation*, *mediation*, *mediatization*. В дальнейшем стали общепринятыми две лексические единицы – медиация (*mediation*) и медиатизация (*mediatization*).

Слово «медиация» (*mediation*) носила первоначальное значение 'мирить', 'улаживать (конфликт)'. В ранний период такие ученые, как Роджер Сильверстон (Roger

Silverstone), Соня Ливингстон, Лили Чоулиаракис (Lilie Chouliaraki), Ник Колдри, а также американские исследователи Дэвид Алтэйд (David L. Altheide), Роберт Сноу (Robert Snow) использовали этот термин для раскрытия смысла медиации. Однако большая часть ученых понимала медиацию (*mediation*) как концепцию «посредничества».

В английском языке медиатизация (*mediatization*) относится к новой лексике. Ученые же из стран, где государственным языком является немецкий, часто используют это слово для обозначения именно процесса медиатизации – например, медиаисследователи Винфрид Шульц (Winfried Schulz), Фридрих Кротц, Андреас Хепп. Ученые из скандинавских стран – Дании, Швеции, Норвегии – также обычно применяют данный термин для выражения смысла «медиатизация», что отражено в работах Кнута Лундби, Стига Хьяварда.

Состоялась полемика о различиях и схожих характеристиках дефиниций «медиатизация» (*mediatization*) и «медиация» (*mediation*). По Н. Колдри, «медиатизация» изображает процесс, в котором многочисленные взаимозависимые социо- и культурные пространства постепенно комбинируются с медиаформами, однако они не в состоянии, в отличие от «медиации», уловить сложность коммуникации» [8]. С точки зрения С. Хьяварда, медиация (*mediation*) описывает конкретное коммуникативное поведение через средства массовой информации в определенной социальной среде, в то время как медиатизация (*mediatization*) «означает более длительный процесс, при котором в социокультурной системе и модели взаимодействия произошли изменения в связи с ростом влияния медиа» [9, p. 114]. А. Хепп считает, что концепция медиатизации (*mediatization*) – по сравнению с медиацией (*mediation*) – более конкретизирована, «медиация (*mediation*) подходит для описания обыкновенных особенностей и процесса медиакоммуникации», а медиатизация (*mediatization*) – это нечто, что создано на основе посредничества медиакоммуникации, она «стремится уловить особенности взаимоотношений между медиакоммуникацией и другими трансформационными историческими преобразованиями» [10, p. 38]. Он также вносит предложение, в зависимости от обстоятельств, отдельно употреблять данные два понятия. В 2013 году А. Хепп в соавторстве с Ником Колдри написал статью, в которой постулировал, что несмотря на появление

общности в понимании термина медиатизации у исследователей, они по-прежнему считают, что разница между «медиацией» и «медиатизацией» очевидна: медиация указывает на коммуникативный процесс, а медиатизация предназначена для описания сферы изменений [11, р. 197]. Стив Хьявард по-прежнему придерживается направления исследования, отличающегося от двух вышеупомянутых, согласно которому предыдущие медиа- и коммуникационные исследования, главным образом, изучают медиацию (mediation), а именно, применение медиа в коммуникативной практике; медиатизация же заостряет внимание на длительном влиянии медиа на культуру, социальную структуру и учреждения [12, р. 9].

По мере углубления в дискуссию специалисты пришли к выводу, что «медиатизация» и «медиация» не являются противоположностями: оба термина, несмотря на различия в этимологии и значении в аспекте исследования медиатизации, в общем понимании могут указывать на медиатизацию, все они изучают медиацию, связь между медиа, социумом и культурой. Так, например, Эрик Ротенбулер (Eric W. Rothenbuhler) полагает, что 'медиация' (mediation), 'медиа-логика' (media logic), 'формы медиа' (media forms), 'медиатизация, медиализация, медиатизация' (mediatization, medialization, mediatization), невзирая на многочисленные различия в деталях, используются для изучения одних и тех же проблем, хотя и акцентируются на разных вещах [13]. В настоящее время в научных кругах постепенно выкристаллизовались значения терминов «медиация» и «медиатизация».

По Р. Сильверстоуну, широкое значение медиации заключается в том, что она включает не только коммуникацию, но и денежное обращение, политический арбитраж и др. По мнению Кнута Лундби, «медиация представляет собой слишком широкий термин, а именно, может относиться к разрешению конфликтов, а также может указывать на изменения, вызванные современными медиа» [14].

Медиация в узком значении означает коммуникативную деятельность человечества. Так, согласно работам антрополога Азифа Агха (Asif Agha), «медиация находится в социуме повсеместно, пока человек посредством символов устанавливает отношения с другими в процессе коммуникации, социальная жизнь носит оттенки "медиации"» [15]. Р. Сильверстоун предлагает еще более четкое применение слова «медиация», рассматривая термин как процесс трансформации

(transformative process), подчеркивая структурное влияние медиа на социум и культуру.

После упорядочения элементов концепции ученые пришли к относительному консенсусу, что медиатизация и медиация не противоположны, а дополняют друг друга. Явления медиатизации построены на феномене медиации, и именно благодаря ему в конкретном историческом времени и пространстве накопились противоречия и был порожден феномен медиатизации. Соня Ливингстон и Петер Лунт (Peter Lunt) пишут: «Исследование «медиации», помещенное в конкретный исторический контекст, и есть исследование «медиатизации» [16, р. 719].

Заключение. Ученые выступили за то, чтобы с помощью термина медиатизации управлять содержанием исследования медиации и медиатизации. Роджер Сильверстоун включает медиацию в академическое поле медиатизации. Причина заключается в чрезмерно широком значении слова медиация, где невозможно выделить точку зрения исследователя в сфере коммуникации. Опять же, С. Ливингстон и П. Лунт говорят, что исследования медиации (mediation research) охватывают чрезвычайно широкую сферу, включая все способы, которыми опосредовано взаимодействие между людьми: культурные формы и человеческую практику, инструменты и устройства, языки различных форм, многообразие обмена и, конечно, медиакоммуникацию человечества» [16, р. 718]. Очевидно, что только человеческое взаимодействие, опосредованное медиа, находится в центре внимания коммуникационных исследований. «Далеко не все явления «медиации» относятся к объекту исследования коммуникации, однако все феномены «медиатизации» представляют собой объект исследования коммуникации» [16, р. 718]. Дэвид Кроули (David Crowley), находившийся под сильным влиянием Р. Сильверстоуна, также со временем согласился, что значение медиатизации является чрезмерно расширенной медиацией, подчеркнув, что медиа – это измерение, которое невозможно упростить во всех процессах современного социума [17]. На основе вышеизложенного А. Хепп и Клаус Брюн Йенсен высказали мнение, что медиатизация также является концепцией, предназначенной для «критического анализа медиа и измерения коммуникативности, а также взаимосвязей между преобразованиями культуры и социума» [18]. Данное определение «одобрено многими учеными и включает самую широкую научную позицию» [19, р. 135].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Hardt, M. Empire* / M. Hardt, A. Negri. – Cambridge : Harvard University Press, 2010. – 291 p.
2. *Castells, M. The rise of the network society* / M. Castells. – U.S. : Blackwell Publishing, 2000. – 656 p.
3. *Thompson, J. B. The Media and Modernity* / J. B. Thompson. – Cambridge : Polity Press, 1995. – P. 4–12.
4. *Hjarvard, S. From bricks to bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry* / S. Hjarvard // *Bondebjerg, I. European Culture and the Media* / I. Bondebjerg, P. Goding. – Bristol, UK: Intellect Books, 2004. – P. 44–52.
5. *Friesen, N. The Mediatic Turn: Exploring Concepts for Media Pedagogy* / N. Friesen, T. Hug // *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*; ed. K. Lundby. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 63–84.
6. *Asp, K. Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning [Powerful mass media: studies in political opinion-formation]* / K. Asp. – Stockholm : Akademilitteratur, 1986. – Del. 1. – P. 106–185.
7. *Livingstone, S. On the Mediation of Everything* / S. Livingstone // *Journal of Communication*. 2009. – № 59 (1). – P. 1–18.
8. *Couldry, N. Mediatization or Mediation? Alternative Understanding of the Emergent Space of Digital Storytelling* / N. Couldry // *New Media & Society*. Vol. 10. – 2008. – № 3. – P. 373–391.
9. *Hjarvard, S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change* / S. Hjarvard // *Nordicom Review*. Vol. 29. – 2008. – № 2. – P. 105–134.
10. *Hepp, A. Cultures of Mediatization* / A. Hepp; transl. K. Tribe. – Cambridge : Polity Press, 2013. – P. 38–43.
11. *Couldry, N. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments* / N. Couldry, A. Hepp // *Communication Theory*. Vol. 23. – 2013. – № 3. – P. 191–202.
12. *Hjarvard, S. Mediatization and the Changing Authority of Religion* / S. Hjarvard // *Media, Culture & Society*. Vol. 38. – 2016. – № 1. – P. 8–17.
13. *Rothenbuhler, E. W. Continuities: Communicative Form and Institutionalization* / E. W. Rothenbuhler // *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*; ed. K. Lundby. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 277–292.
14. *Lundby, K. Introduction: 'Mediatization' as Key* / K. Lundby // *Mediatization: concepts, changes, consequences*; ed. K. Lundby. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 3–4.
15. *Agha, A. Meet Mediatization* / A. Agha // *Language & Communication*. Vol. 31. – 2011. – № 3. – P. 163–170.
16. *Livingstone, S. Mediatization: An Emerging Paradigm for Media and Communication Research?* / S. Livingstone, P. Lunt // *Mediatization of Communication (Handbooks of Communication Science)*; ed. K. Lundby. – Berlin : De Gruyter Mouton, 2014. – P. 703–723.
17. *Couldry, N. Media Society World: Social Theory and Digital Media Practice* / N. Couldry. – Cambridge : Polity, 2012. – P. 137–144.
18. *Hepp, A. Mediatized World – Understanding Everyday Mediatization* / A. Hepp, F. Krotz // *Mediatized Worlds: Culture and Society in A Media Age*; ed. A. Hepp, F. Krotz. – New York : Palgrave Macmillan, 2014. – P. 1–15.
19. *Krotz, F. Mediatization as a Mover in Modernity: Social and Cultural Change in the Context of Media Change* / F. Krotz // *Mediatization of Communication (Handbooks of Communication Science)*; ed. K. Lundby. – Berlin : De Gruyter Mouton, 2014. – Vol. 21. – P. 131–162.

REFERENCES

1. *Hardt, M. Empire* / M. Hardt, A. Negri. – Cambridge : Harvard University Press, 2010. – 291 p.
2. *Castells, M. The rise of the network society* / M. Castells. – U.S. : Blackwell Publishing, 2000. – 656 p.
3. *Thompson, J. B. The Media and Modernity* / J. B. Thompson. – Cambridge : Polity Press, 1995. – P. 4–12.
4. *Hjarvard, S. From bricks to bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry* / S. Hjarvard // *Bondebjerg, I. European Culture and the Media* / I. Bondebjerg, P. Goding. – Bristol, UK: Intellect Books, 2004. – P. 44–52.
5. *Friesen, N. The Mediatic Turn: Exploring Concepts for Media Pedagogy* / N. Friesen, T. Hug // *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*; ed. K. Lundby. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 63–84.
6. *Asp, K. Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning [Powerful mass media: studies in political opinion-formation]* / K. Asp. – Stockholm : Akademilitteratur, 1986. – Del. 1. – P. 106–185.
7. *Livingstone, S. On the Mediation of Everything* / S. Livingstone // *Journal of Communication*. 2009. – № 59 (1). – P. 1–18.
8. *Couldry, N. Mediatization or Mediation? Alternative Understanding of the Emergent Space of Digital Storytelling* / N. Couldry // *New Media & Society*. Vol. 10. – 2008. – № 3. – P. 373–391.
9. *Hjarvard, S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change* / S. Hjarvard // *Nordicom Review*. Vol. 29. – 2008. – № 2. – P. 105–134.
10. *Hepp, A. Cultures of Mediatization* / A. Hepp; transl. K. Tribe. – Cambridge : Polity Press, 2013. – P. 38–43.
11. *Couldry, N. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments* / N. Couldry, A. Hepp // *Communication Theory*. Vol. 23. – 2013. – № 3. – P. 191–202.
12. *Hjarvard, S. Mediatization and the Changing Authority of Religion* / S. Hjarvard // *Media, Culture & Society*. Vol. 38. – 2016. – № 1. – P. 8–17.
13. *Rothenbuhler, E. W. Continuities: Communicative Form and Institutionalization* / E. W. Rothenbuhler // *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*; ed. K. Lundby. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 277–292.
14. *Lundby, K. Introduction: 'Mediatization' as Key* / K. Lundby // *Mediatization: concepts, changes, consequences*; ed. K. Lundby. – New York : Peter Lang, 2009. – P. 3–4.
15. *Agha, A. Meet Mediatization* / A. Agha // *Language & Communication*. Vol. 31. – 2011. – № 3. – P. 163–170.
16. *Livingstone, S. Mediatization: An Emerging Paradigm for Media and Communication Research?* / S. Livingstone, P. Lunt // *Mediatization of Communication (Handbooks of Communication Science)*; ed. K. Lundby. – Berlin : De Gruyter Mouton, 2014. – P. 703–723.
17. *Couldry, N. Media Society World: Social Theory and Digital Media Practice* / N. Couldry. – Cambridge : Polity, 2012. – P. 137–144.
18. *Hepp, A. Mediatized World – Understanding Everyday Mediatization* / A. Hepp, F. Krotz // *Mediatized Worlds: Culture and Society in A Media Age*; ed. A. Hepp, F. Krotz. – New York : Palgrave Macmillan, 2014. – P. 1–15.
19. *Krotz, F. Mediatization as a Mover in Modernity: Social and Cultural Change in the Context of Media Change* / F. Krotz // *Mediatization of Communication (Handbooks of Communication Science)*; ed. K. Lundby. – Berlin : De Gruyter Mouton, 2014. – Vol. 21. – P. 131–162.