

# СТАТЬИ / ARTICLES

---

## МЕДИАТИЗАЦИЯ КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ КОНЦЕПТ: ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ, ФОРМИРОВАНИЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ

**Ю. Д. Артамонова**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия  
juliaartamonova@yahoo.com

**С. В. Володенков**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Россия  
s.v.cyber@gmail.com

Концепт «медиатизация» фиксирует принципиальные изменения в обществе, произошедшие благодаря развитию современных медиа. Этот концепт активно и широко используется в современных исследованиях; однако концептуализация процессов медиатизации происходит в разных направлениях и различна в разных странах. Между тем уточнение содержания данного концепта и исследовательских допущений, связанных с его употреблением, является важной и самостоятельной задачей. В статье анализируются появление и исходные идеи данного концепта: идея особой медиалогии, как она понималась Д. Элтейдом, идея форматирования, опирающаяся на концепцию медиума как ключа к сообщению последователей М. Маклюэна. Выявлены и представлены проблемные моменты этой концептуализации, связанные, с одной стороны, с тем, что сложные формы анализируются как простые, что приводит к неверным аналогиям; с другой – с пониманием медиума вне необходимых для его функционирования материальных и организационных условий. В то же время показывается, что ряд критических аргументов в адрес данных концепций, связанных, например, с игнорированием этического измерения и осознанности сообщения в модели Маклюэна, неправомерны.

Представлены основные взгляды на датировку процессов медиатизации. Выделяются ключевые послылки введения концепта «медиатизация», связанные с разделением собственно действительности и конструкторов этой действительности, а также отсутствием единой логики формирования различных медиатизированных социальных миров. Показывается направление дальнейшей эволюции исследований, использующих данный концепт, – оно связано с идеями различных медиалогик, а не единой медиалогии и представлено тремя основными подходами: стратегией понимания медиа как института, под действием которого трансформируется логика других игроков; стратегией анализа «медиатизированных социальных

миров», базирующейся на идеях семиотики, постструктуралистских подходах к анализу дискурса, а также различных интерпретациях социальных миров; «технологической» стратегией, демонстрирующей связь «грамматики медиа» и трансформации мыслительных привычек.

**Ключевые слова:** медиа, медиатизация, медиалогика, медиаформат, медиатизированный социальный мир.

---

## **MEDIATIZATION AS A RESEARCH CONCEPT: MAIN PREREQUISITES OF THE FORMATION AND POSSIBILITIES FOR FURTHER DEVELOPMENT**

**Yulia D. Artamonova**

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation  
juliaartamonova@yahoo.com

**Sergey V. Volodenkov**

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation  
s.v.cyber@gmail.com

The concept “mediatization” captures fundamental changes in society due to the development of modern media. It is actively and widely used in modern research, but the conceptualization of mediatization processes takes different directions and differs in different countries. Meanwhile, clarifying the content of this concept and the research assumptions associated with its use is an important and independent task. The article analyzes the appearance and initial ideas of this concept: the idea of a special media logic, as it was understood by David Altheide, the idea of formatting based on the concept of the medium as the key to the message developed by the followers of Marshall McLuhan. The problematic aspects of this conceptualization are identified and presented. On the one hand, complex forms are analyzed as simple, which leads to incorrect analogies; on the other, they are related to the understanding of the medium outside of the material and organizational conditions necessary for its functioning. At the same time, it is shown that a number of critical arguments against these concepts related, for example, to ignoring the ethical dimension and the awareness of the message in the McLuhan model are invalid. The main views on the dating of mediatization processes are presented. The key premises of the introduction of the “mediatization” concept are identified; they are connected with the separation of reality itself and constructs of this reality, as well as the lack of a single logic for the formation of various mediatized social worlds. The direction of further evolution of studies using this concept is shown. It is associated with ideas of different media logics, not a single media logic, and is represented by three main approaches: (1) a strategy of understanding media

as an institution whose influence transforms other actors' logic; (2) a strategy of analyzing "mediatized social worlds" that is based on the ideas of semiotics, poststructuralist approaches to discourse analysis, and different interpretations of social worlds; (3) a "technological" strategy that demonstrates the connection between "media grammar" and the transformation of thinking habits.

**Keywords:** media, mediatization, media logic, media format, mediated social world.

DOI 10.23951/2312-7899-2021-2-9-27

### **Появление понятия «медиатизация» и его основное содержание**

С 80-х гг. XX века исследователи активно говорят о медиатизации; в настоящее время хэштегом «медиатизация» объединяются дискуссии не просто о роли информационно-коммуникационных технологий в обществе – речь идет именно о коренных трансформациях наших практик под влиянием медиа. Однако, «...как показали исследования Д. Дикона и Дж. Станира (2014), термин "медиатизация" используется слишком широко и часто не имеет отношения ни к теоретическим, ни к эмпирическим основам. Их обзор последних исследований медиатизации основан на простом поиске слов в выборке из 14 ведущих научных журналов в области медиа и коммуникации с 2002 по 2012 гг. Они проанализировали 93 статьи, в которых слово "медиатизация" употреблялось хотя бы один раз, и, что не удивительно, обнаружили, что "в подавляющем большинстве случаев (81 %) слово просто упоминалось мимоходом, случайно и не имело четкого определения" [Deacon, Stanyer 2014, 1034]. Безусловно, как замечает А. Хепп (2015), аналогичное исследование, например, таких концептов, как "глобализация" или "коммерциализация", с помощью простого поиска упоминаний дало бы похожие результаты» [Гуреева 2017].

Попробуем обратиться к истории возникновения и функционирования данного понятия (благо, она является достаточно короткой – в европейском исследовательском пространстве дискуссии о «другой» медиатизации, связанной с ролью медиа в нашем мире, начинаются на рубеже 80-х гг. XX века) для того, чтобы уточнить его основные допущения и основное содержание. Отметим, что первоначально слово «медиатизация» не имело отношения к СМИ и коммуникационным процессам. Термин использовали историки для

описания властных отношений в Священной Римской империи, позже – организации власти на завоеванных Наполеоном территориях, прежде всего в Италии и т. д.; до сих пор термин «медиазация» используется в административном праве ряда европейских стран. Первоначально речь шла о появлении неисключаемого посредника со своей логикой и своими правами в социальном взаимодействии. Историю «другой» медиазации, связанной с ролью медиа (СМИ), отсчитывают с 1979 г., когда Д. Элтейд и Р. Сноу вводят понятие единой «медиадилогики». Они говорят о том, что «социальные институты пронизаны медиа (СМИ)» [Altheide, Snow 1979; Altheide 2011, 122], поэтому можно говорить о «базовой медиадилогике, которая доминирует в нашем все более опосредованном (или медиаориентированном) социальном порядке» [Altheide 2011, 119]. «Социальная реальность конструируется, опознается и признается благодаря медиа» [Altheide, Snow 1979, 120]. Они отмечают, что медиа становятся «доминирующей силой, к которой вынуждены приспособляться другие институты» [Altheide, Snow 1979, 15]. Речь идет о «представлении, что посредником влияния средств массовой информации на жизнь людей является эта логика, базирующаяся на способах (формах) трансляции контента этими СМИ»; «медиадилогия сводится к форме общения; процессу, посредством которого средства массовой информации представляют и передают информацию. Элементами этой формы являются различные носители и форматы, используемые этими носителями. Формат состоит, в частности, из того, как организован материал, в каком стиле он представлен, фокуса на конкретных характеристиках поведения и грамматики медиакоммуникации. Формат становится основой или перспективой представления и интерпретации явлений» [Altheide, Snow 1979, 10].

Приведем пример. Развитие трансляции спортивных матчей (прежде всего, футбола) подчиняется идее не только показать матч, но и сделать аудиторию этой трансляции как можно большей (начинает работать медиадилогика). Поэтому такая вроде абсурдная вещь, как не прямая трансляция матча, а показ его позже, когда известен результат, имеет и свои плюсы – это показ в удобное время и с повторением наиболее зрелищных моментов (да еще и моментов в замедленном темпе); она оказывается достаточно востребованной. С другой стороны, для придачи зрелищности сами футболисты, например, начинают достаточно долго торжественно бегать или обниматься после удачного момента – расходуя на это бесценное игровое время. Регулярность таких трансляций и сопутствующую

щий интертекстуальный комментарий приводят к перестройке интересов фанатов: если раньше центральным моментом была игра, а игроки были кумирами, которым иногда подражали, то теперь вся жизнь команды постепенно превращается в сериал, а игроки – в актеров со своей предысторией, имиджем и амплуа не только на футбольном поле, приключениями, сложными взаимоотношениями и т. д. Сами футболисты становятся носителями (и пропагандистами) определенного стиля жизни, при этом они начинают воспринимать себя не только как игроков, но и «звезд», каждый шаг которых интересен зрителям; менеджмент команды и учитывает, и использует новое положение дел. Отметим также, что «превращение в сериал» – очень частый формат, трансформация под действием телевизионной логики.

Введение собственно термина «медиатизация» относится к началу 90-х гг.; оно, в частности, появляется в названии работы К. Аспа «Медиализация, медиалогика и медиархия» 1990 г. [Asp 1990, 47–50]. Однако, как замечает К. Асп, первоначально медиатизация понималась скорее метафорически. Дж. Томпсон в работе «Медиа и современность» 1995 г. говорит о «медиализации» («медиации») культуры. Речь идет о том, что особенности медиа (прежде всего, символическая форма, огромные возможности воспроизведения в разных ситуациях и внеконтекстность символов) определяют трансляцию культурных образцов в современном обществе [Thompson 1995]. Ряд российских исследователей [например: Гуреева 2016, Гуреева 2017] относили время появления этого термина к 1995 г. и приписывали его авторство Дж. Томпсону. О более ранней работе К. Аспа мы писали выше; но можно привести и другие примеры. В 1995 г. Е. Верон написал статью «Медиатизация политики: стратегии, участники и социальные группы», где говорит о том, что благодаря современным медиа политика стала объектом повседневного потребления (чуть раньше то же произошло с объектами культуры) [Veron 1995]. В России в 1991 г. вышел сборник ИНИОНа «Современные тенденции информатизации и медиатизации общества: научно-аналитический обзор» [Андрианова, Ракистов 1991]; употребление через союз «и» терминов «информатизация» и «медиатизация» здесь не случайно: «В отечественных исследованиях понятие медиатизации впервые встречается в 1991 г. в основном в целях описания особой технологической инфраструктуры, призванной обеспечить индивидуальный и коллективный доступ ко всем духовным богатствам информационной цивилизации» [Вартанова 2019, 160].

## Поиск алгоритмов «форматирования» медиа

При объяснении процесса форматирования первоначально у исследователей медиатизации мы встречаем отсылки к идее «социальных форм» Г. Зиммеля, однако «восприятие этих идей Зиммеля сложно назвать глубоким» [Lundby 2009]. Проект Зиммеля был привлекателен тем, что, с его точки зрения, выделение чистых форм, а также показ их конкретно-исторического наполнения позволил бы создать научную, объективную социологию; при этом формы мыслятся динамически, процессуально. В этих идеях Г. Зиммеля теории медиалогии в 1980–1990-х гг. увидели переключку с идеями Торонтской школы, и прежде всего М. Маклюэна, о том, что внутренняя «организация» медиума форматирует, организует все жизненные проявления. Процессуальный момент, важный для этого термина, подчеркнет С. Ливингстон [Livingstone 2009], сравнив название работ о медиа в конце XX века («Mass Media and Society» или «Television and the public sphere») и 10 лет спустя («The Mediation of Power», «Mediated Politics» и т. д.).

М. Маклюэн исходил из того, что «именно средство коммуникации определяет и контролирует масштабы и форму человеческой ассоциации и человеческого действия» [Маклюэн 2003, 10]. Уточняя понятие формы в прологе книги «Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего», он укажет: «Цель “Галактики Гутенберга” – проследить, каким образом сначала фонетический алфавит, а затем книгопечатание изменили формы опыта, мировоззрения и самовыражения. Предпринятое Милманом Парри исследование устной и письменной поэзии как диаметрально противоположных друг другу форм в нашем случае получает свое продолжение применительно к формам мышления и организации опыта в обществе и политике» [Маклюэн 2015, 18]. Он полагает, что именно такой подход делает исследования чрезвычайно актуальными: «Сегодня мы продвинулись вглубь (электронного века) настолько, насколько люди елизаветинской эпохи проникли в эру книгопечатания и механики. И сталкиваемся с той же неразберихой и неуверенностью, которую переживали они, существуя одновременно в двух контрастных по содержанию формах общественного и социального бытия... Люди елизаветинской эпохи “балансируют” между средневековой корпоративностью и современным индивидуализмом, мы сталкиваемся с нечто прямо противоположным...» [Маклюэн 2015, 17].

Медиалогика мыслилась как устойчивое форматирование потока, и в этом смысле ее теории могли также притязать на науч-

ность и объективность. Однако на этом сходство концепций М. Маклюэна и Г. Зиммеля кончалось. Напомним, Г. Зиммель выделял три типа форм: постоянные социальные взаимодействия (например, господство, соревнование, конфликт и т. д.); социальные типы с определенным поведенческим репертуаром (бедняк, аристократ, циник и т. д.) и, наконец, формы моделирования развития – некоторые закономерности роста группы. Формы всех трех типов и «организуют» поток жизни, и в результате образуются, например, разные варианты культурных форм – разные государства и т. д.; эволюция культурных форм и есть предмет истории. Однако необходимо иметь в виду, что эти формы – «только леса для творческой стихии жизни и для ее набегающих потоков» [Зиммель 1995, 378]. Таким образом, у Зиммеля речь шла об однотипных и достаточно «базовых» формах, объясняющих своим сочетанием (особым) и наполнением (в зависимости от потока жизни и выбираются формы) любые общественные конфигурации. Размышления М. Маклюэна такой строгостью не обладают. Он говорит о сложной форме (книгопечатание, например) как о базовой, во-первых, и особым образом связанной с каждой из других одновременных ей, во-вторых. В-третьих, эти одновременные формы (организация науки, стиль живописи и т. д.) тоже не являются композицией более простых; скорее, они сами трактуются как «простые», разделения внутри них не проводится. При этом сам характер связи (то есть то, что мы назвали бы как раз медиалогикой) выводится из параллелизма двух форм, причем не всегда последовательно. Скорее, это игра красивых ассоциаций. Маклюэн, например, будет рассуждать о том, что книгопечатание заставит научиться (по образцу типографской книги) располагать все линейно, разделяя на элементы и четко выстраивая связи между ними; это приведет к торжеству духа рационализма и породит раскол между умом и сердцем» [Маклюэн 2015, 225–258]. Можно возразить, что идея «разделения на элементы» с таким же успехом может быть объяснена другими причинами, например развитием других технологий – строительства высоких зданий (не забудем, например, что трехэтажные палаццо Флоренции для того времени были небоскребами) или анатомических штудий и т. д. Все это будет равно обоснованным. Не совсем понятен даже выбор одной формы в качестве базовой. Более того, с точки зрения М. Маклюэна, именно печать делает «нацию однородной, а государство – централизованным» [Маклюэн 2015, 360]. Несложно таким же путем ассоциаций доказать и обратное: печать ведет как раз к индивидуализации, например, поскольку книга становится

доступной, и появляется возможность формировать библиотеку по своему вкусу, что ведет к столкновениям интересов в обществе и т. д.

Приведем еще один яркий пример исследовательской тактики М. Маклюэна. Он пытается объяснить известный из истории герменевтики факт, что идея «единства текста» появится только в XVI веке (например, правило «прочти текст от начала до конца»). Но рождение книгопечатания произойдет на век раньше. С точки зрения Маклюэна, именно новые медиа несут новую логику; но ведь надо объяснить задержку как минимум на век. Читаем: «Лишь спустя какое-то время после изобретения технологии книгопечатания авторы и читатели открыли для себя “точку зрения”» [Маклюэн 2015, 215]. Объяснение «просто не сразу заметили» – странное объяснение. О том же, что особая, не божественная, а человеческая «точка зрения» – это изобретение уже XVIII века, М. Маклюэн даже не задумывается (и не пытается себя проверить, опять же, по другим исследованиям). «Понятие суммы аналогично понятию учебника» [Маклюэн 2015, 287], «бэконовский Адам напоминает средневекового мистика» [Маклюэн 2015, 290], смешение афоризмов и аксиом [Маклюэн 2015, 166] – список такого рода ошибочных примеров и опровергнутых в исследованиях историков и философов положений можно продолжать довольно долго; отметим, однако, что положения Маклюэна достаточно нетривиальны и провокативны. Речь идет скорее о вольных, не всегда обоснованных, но зачастую интересных аналогиях.

Интересное замечание принадлежит известному медиатеоретику Р. Дебре. Подчеркивая важность исследований Торонтской школы (Г. Иннис, М. Маклюэн), а также исследования культуры и техники в США и Франции (круг авторов журнала «Technology and Culture» в США, основателей журнала «Culture technique» во Франции – Ж. Симондона, Б. Жилия, Ж. де Нобле, Ж. Перрио, а также А. Леруа-Гурана), он отметит, что, во-первых, медиум – многослойное явление; во-вторых, медиум невозможен без сообщества, где он посредничает. Ведь книга не функционирует сама по себе, как существование погреба с продуктами вовсе не обеспечивает весь процесс питания. Нужно, чтобы книги были напечатаны, читаемы и кем-то востребованы, причем не единоразово, а достаточно долго – то есть нужно сообщество, действующее по определенным алгоритмам. «Именно подобное институированное сообщество преобразует хранилище в вектор, совершая при этом собственное увековечивание (Школа, Церковь, Строй, Нация и т. д.). Его библиотека будет “протезом”, необходимым для его воспроизведения» [Дебре 2010, 23].



Сейчас в общественных дискуссиях мы явно наблюдаем тенденцию абсолютизации медиума. Например, К. Коулман заметил, что споры о роли Интернета в условиях демократии бесплодны, поскольку сама постановка вопроса неверна: «Одна группа уверена в том, что Интернет фундаментально трансформирует политическую демократию, заменив старые формы представительства новыми системами плебисцитарного технопопулизма. Представители другой группы придерживаются точки зрения, что цифровая политика постепенно заменит собой уже давно сложившиеся структуры и общепринятые взгляды, оттеснив инновации в сторону. Существуют убедительные доказательства как того, так и другого... Точно так же некоторые историки спорят, был ли доступ к печатной прессе причиной революций, прокатившихся по Европе в 1848 году; невозможность дать разумный ответ вызвана бесполезностью самого вопроса. Исторические перемены редко зависят от одного факта. Историей движут не артефакты» [Коулман 2018, 9].

Понятие «медиум» подразумевает как минимум собственно материальный носитель (и логику его производства, и технологии этого производства, и способы передачи в буквальном смысле слова), с одной стороны. С другой – требуются некоторые минимальные характеристики группы, в которой этот медиум, собственно, «посредничает» – код, понятный группе, которая его использует, а также собственно правила использования (некоторые устойчивые правила поведения людей и т. д.). Что-либо из этих необходимых условий мы всегда упускаем, поскольку, как иронично заметит Р. Дебре, «H<sub>2</sub>O не является открытием, сделанным рыбой. Кроме тех случаев, может быть, когда рыба оказывается на песке» [Дебре 2010, 86]. Именно совокупность всех этих факторов и позволяет медиуму появиться и успешно функционировать. Р. Дебре отметит – бумага стала известна в Китае гораздо раньше, чем в Европе; однако «китайский алфавит насчитывает тысячи знаков (а не двадцать шесть); китайской экономике неведом винтовой пресс (использовавшийся виноградарями, который Гутенберг модифицирует в ручной печатный пресс), неизвестна и значительная металлургия; но, прежде всего, деспотический режим, склонный к монополии государства, которое не доверяет коммерции и ограничивается воспроизведением нескольких классиков (религиозных или династических), не имеет потребности в таком размножающем устройстве для мысли. Тем самым книгопечатание видоизменило средневековую европейскую ментальность, а не китайскую культуру» [Дебре 2010, 149].

При такой многослойности медиума встает другой вопрос – насколько зависимы или независимы составляющие этого медиума; очевидно, по крайней мере, что в каждую эпоху их соотношение различно. Конкретная историческая комбинация этих факторов и степень влияния каждого из них взаимосвязаны; в разных эпохах разные факторы выступают на первый план, все обладают разной значимостью в разных исторических комбинациях этих факторов.

Однако не все критические аргументы в адрес концепции М. Маклюэна бьют по цели. Нередко, например, подчеркивается игнорирование Маклюэном возможности осознанного, этичного отношения к сообщению безотносительно к техническим средствам, которыми это сообщение передается; например, высказывание Г. Кехлера: «Похоже, как и Маршалл Маклюэн в 1960-е годы, современные кибер-утописты путают метод с содержанием – то есть технические средства коммуникации (сами по себе не имеющие ценности) с сообщением, которое доставляется посредством их. ...Маклюэн, похоже, упустил (или намеренно проигнорировал) осознанный контроль, осуществляемый индивидом, а также его моральную ответственность за то, как используется это средство» [Кёхлер 2013, 75]. Однако и этические конструкты, и само содержание сообщения по М. Маклюэну тоже подчиняются медиалогике (она едина для всего); это ясно из определения этих форм. Истоком критики современной цивилизации М. Хайдеггером (для которого её основной порок состоит в жизни *по привычке*, в жизни *как все*, жизни при потере собственного выбора – и тем самым *неподлинной*) Маклюэн считает именно «органицизм» технологий (в том числе радио, телевидения), властно входящих в жизнь общества в то самое время. Эти технологии заставляют говорить о целостности восприятия и о разных способах «считывания» смысла (например, картинка не предполагает жесткой последовательности символов, за счет визуальности можно отойти от единой логики прочтения сообщений и т. д.). Этические оценки рациональной и «одномерной жизни» возможны за счет перестройки технологиями восприятия мира; по сути новые технологии перестраивают в том числе восприятие мира, заставляя по-новому оценивать многие вещи. Как заметит М. Маклюэн, «...Хайдеггер, похоже, совершенно не осознает роли электронной технологии, обусловившей его дописьменные вкусы в языке и философии. Энтузиазм вокруг хайдеггеровской великолепной «лингвистики» – следствие наивной погруженности в метафизический органицизм нашей электронной среды. И если механицизм Декарта сегодня кажется кустарным, то не исключено,

что в силу тех же неосознаваемых обстоятельств он в свое время выглядел блистательным. В этом смысле всякая мода есть своего рода сомнамбулизм и в то же время единственное средство критической ориентации в отношении психических эффектов технологии» [Маклюэн 2015, 378]. С точки зрения М. Маклюэна, вполне обоснованной в указанной работе, вряд ли мы всегда имеем возможность рефлексивного отделения «формы» и действенного «содержания» сообщения именно в силу этих «психических эффектов технологии». Собственно, форма и есть сообщение – этот тезис лучше понимать буквально.

### **Уточнение концепта «медиатизация» и складывание различных подходов (школ) исследования медиатизации**

Конечно, понятие медиалогии было достаточно продуктивным, но нуждалось в дальнейшем уточнении. Было не совсем ясно, каковы простейшие «формы», которые задействованы в этой логике, во-первых. В рамках теории медиатизации формат понимается в режиме глагола «форматировать» (to form); речь идет о том, что медиалогика в определенном смысле «форматирует» наш мир. Конечно, форматов достаточно много. Четкого определения формата до сих пор не дано, хотя это понятие является одним из центральных. Рабочее определение таково: «совокупность содержательно-стилевых характеристик, присущих конкретному медиа (в том числе СМИ) или отдельным единицам контента» [Вартанова 2019, 164]; однако, например, «действующие в разных государствах законодательства, как правило, не содержат дефиницию формата, не определяют его юридический статус и не устанавливают четкие нормы деятельности в данной сфере», хотя «медиаформат является объектом интеллектуальной собственности и в теории должен защищаться авторским или патентным правом» [Вартанова 2019, 165]. Связано это как раз с множественностью форматов.

Во-вторых, если медиа всегда многообразны и многослойны, то с какого момента встает проблема появления этой медиалогии, или медиатизации в современном смысле слова?

В первых исследованиях в этом направлении речь шла прежде всего о телевидении. Р. Уильямс, комплексно исследуя телевидение, внедряет представление о медиа как специфическом «культурном и технологическом формировании» [Williams 1990], что позволит

впоследствии понимать медиа структурно и ситуативно: в структурном отношении медиа являются технологиями и социальными институтами; в ситуативном – аппаратами представления и пространством специфического опыта [Krotz et al. 2014].

Обратим внимание, что необходимо учитывать именно все четыре составляющие медиа. Такие видные теоретики медиатизации, как А. Хепп и Ф. Кротц, полагают, что рассмотрение из перспективы любого из четырех вышеозначенных моментов релевантно процессам медиатизации. «Исследования медиа как технологий, социальных институтов, способов представления и пространств специфического опыта могут зафиксировать изменения в медиа и тем самым выявить специфические формы культурных и социальных изменений; ведь при использовании этих новых или изменяющихся медиа и соответствующих им специфических форм коммуникации трансформируются сама коммуникация, ее контексты, а также и социальные взаимодействия, и властные структуры» [Krotz et al. 2014]. К. Лундбю предлагает говорить не о четырех, а о трех подходах: институциональном, подходе в рамках «культурной перспективы» и «материальной перспективе» [Lundby 2014]. Эта классификация отличается от вышеозначенной тем, что подходы, связанные с созданием представления и перестройкой социальных миров, объединены в один.

В основе медиалогии – взаимосвязь технологий, институтов, акторов и форматов СМИ; необходимо исследовать их функционирование, изменения и воздействие (не обязательно целенаправленное) на социальный опыт и следующие из этого воздействия трансформации.

Немецкая традиция исследования коммуникации в 90-е гг. XX века фокусировалась в основном на социальной и культурной трансформации институтов (понимаемых как устойчивые поведенческие практики) под влиянием медиа, задаваясь также вопросами о критериях данной трансформации; эффектах данного процесса и его объективности (неизбежности). При этом теоретическим базисом в основном была концепция М. Маклюэна о СМИ как «внешних расширений человека» (она, например, лежит в основе подхода Д. Мацолени и В. Шульца). Основной задачей при этом будет описание трансформаций устойчивых человеческих практик под влиянием новых технологий. Этот подход будет также преобладающим в исследованиях скандинавских ученых (прежде всего, С. Ярварда, С. Лундбю). Вопрос об источнике трансформаций самих медиа при этом остается в тени.

«Культурные исследования» медиа получают распространение, прежде всего, в Великобритании. Три основных источника «культурных исследований» – семиотика (в ее французском варианте; более всего в рамках «культурных исследований» востребованы идеи Р. Барта, М. Фуко и А. Греймаса); понятие «идеологии» (прежде всего, Л. Альтюссера, а также в последующих вариантах идеи гегемонии); а также анализ взаимодействия внутри социальных страт и групп, границы которых могут быть подвижны (в том числе в духе интеракционизма, этнометодологии и социальной феноменологии). Что касается третьего компонента, терминологически чаще всего он обозначается как «медиатизированные социальные миры» [см. Krotz et al. 2014; Thimm et al. 2018]. Для этих исследований именно появление специфических медиатизированных миров будет центральным моментом. Приведем яркий пример – культура толкиенистов, существовавшая и до выхода серии фильмов «Властелин колец». Люди общались на эльфийском языке, придумывали себе имена и биографии обитателей трилогии Толкиена, устраивали толкиенистские хэппенинги – причем это их взаимодействие друг с другом в связи с трилогией продолжалось довольно долго. Внешне абсурдные вещи (хождение в эльфийских ушках, выучивание придуманного языка и т. д.) было для обитателей этого мира абсолютно логичным и очевидным; для людей извне оно таковым точно не являлось. Не случайно ряд современных исследователей [к примеру, Jenkins 1992] предпочитает говорить об образовании особых «миров» со своей логикой, внешний диалог с которыми затруднен. Этот действительно симулятивный мир замкнут и устойчив; режим коммуникации в этом случае скорее саморепрезентация каждого из вовлеченных миров, чем собственно диалог.

Концепт «медиатизации» был консенсусным для английской, скандинавской и немецкой исследовательских традиций [Averbeck-Lietz 2017; Hjarvard 2008; Lundby 2009]. Его достижению способствовали не только дискуссии, но и ряд совместных исследовательских и издательских проектов [подробнее см. Krotz et al. 2014, 7–34]. К сожалению, в российский сегмент исследования медиатизации Е. Г. Ним запущен тезис о том, что «изначально развиваемая немецкими и скандинавскими учеными теория медиатизации осуществила успешную экспансию в англоязычную академическую среду» [Ним 2017, 410], что не соответствует фактам.

Сегодня понятие медиатизации воспринимается уже как «часть парадигматического сдвига в сфере исследований медиа и коммуникации» [Hepp et al. 2015, 3]. «Исследование медиатизации – это

вопросание о том, какие социальные и культурные изменения произошли на микро-, мезо- и макроуровне в связи с изменением медиа и обратно, какие изменения медиа происходят в связи с социальными и культурными изменениями на всех уровнях [Krotz et al. 2014, 8]. Поэтому в самом общем виде медиатизация – это «понятие, используемое для критического анализа взаимосвязи между изменениями медиа и коммуникаций, с одной стороны, и изменениями культуры и общества – с другой» [Hepp, Krotz 2014, 3]. В. В. Анохина описывает вектор исследования медиатизации в России: «Концептуальная эволюция за последние два с половиной десятилетия оказалась весьма впечатляющей: от описания технико-технологической инфраструктуры, обеспечивающей доступ к современным массивам информации, до «медиатизации общества» как процесса реорганизации социальных пространств глобализирующегося мира» [Анохина 2015, 13]. Именно общее описание «процессов реорганизации социальных пространств» и является преобладающим в отечественных исследованиях; к сожалению, анализ конкретных медиалогик встречается намного реже.

Довольно быстро был сформулирован тезис о том, что медиатизация является, наряду с глобализацией, коммерциализацией и индивидуализацией, ключевым трендом, формирующим современный мир. Она, предлагая новые возможности для коммуникации индивидов, производителей, обществ и культур, «формирует современного человека» [Krotz 2008, 23]. Впрочем, ряд исследователей (прежде всего, Н. Коулдри, А. Хепп) предлагают отсчитывать историю медиатизации с изобретения печатного станка и выделяют «волны медиатизации», связанные со спецификой функционирования медиасреды в рамках определенных технологий: 1) механизация (1450–1830 гг.) – появление и развитие печатных медиа; 2) электрификация (1830–1950 гг.) – развитие медиа, основанных на передаче сигналов с помощью электричества; 3) дигитализация (с 1950-х гг.). В рамках дигитализации происходит также датафикация (XXI век) [Couldry, Hepp 2016, 38–52]. В рамках третьей волны – дигитализации – идет «глубокая медиатизация», когда формируется многомерный медиамир (media manifold) [Couldry, Hepp 2016, 56].

Отметим, что есть две основные точки зрения: начало медиатизации связано с Новым временем versus процесс медиатизации специфичен именно для рубежа XX–XXI вв. Вторая является преобладающей. При этом и сторонники первой точки зрения не обходят вниманием рубеж XX–XXI вв., говоря о качественном преобразовании процессов медиатизации в это время. Однако подчеркивание

специфики Нового времени – характерная черта именно теорий медиатизации; другие исследователи медиа (Р. Дебре, Г. Иннис, М. Маклюэн и др.) не концентрируются на Новом времени, рассматривая его лишь как один из этапов, а не начало медиатизации.

Внимание к Новому времени в рамках теории медиатизации не случайно – это время появления идеи конструкторов действительности, обладающих своей собственной логикой, что и пытались зафиксировать понятием «медиатизация». Это связано с нововведениями Декарта и появлением впоследствии в рамках лейбнизианской школы понятий «точка зрения», «мировоззрение» и др. как составляющих трансформаций общества в это время; именно появление второй, «сконструированной» реальности, а также субъектов, по-разному конструирующих мир, и позволяет говорить о разнообразном «форматировании» мира [см. подробнее Artamonova 1996, Артамонова 2010]. Отметим также, что подразумевается по умолчанию массовая коммуникация. Как справедливо замечает У. Эко, говоря о медиа, мы чаще подразумеваем средства массовой коммуникации; последние предполагают «1) общество индустриального типа, внешне достаточно сбалансированное, но на деле насыщенное различиями и контрастами; 2) каналы коммуникации, обеспечивающие ее получение не какими-то определенными группами, но неопределенным кругом адресатов, занимающих разное общественное положение; 3) группы производителей, производящих и вырабатывающих сообщения как в промышленности» [Эко 2004, 520–521].

Отметим также, что многие работы авторитетов в области медиатизации (в том числе исследование М. Маклюэна «Галактика Гутенберга») напоминает-предвосхищает интеллектуальный детектив с элементами истории – еще один формат, популярный в современном мире. Этот формат не случаен. Л. Болтански покажет, что жанр детектива свойственен именно Новому времени. Он предполагает различение мира и конструкторов мира (реальностей), обладающих своей отдельной логикой. Кроме того, важна гомогенность и законосообразность этой реальности, продуцируемая, прежде всего, в науке, но и посредством других институциональных практик – национального государства прежде всего: ведь «улики» и «тайны» – как раз указание на «несообразность» происходящего. «Реальность, изображенная в детективном романе, не только устойчивая и когерентная – как и положено природе, которую открывают науки, приподняв покрывало Изиды, – она еще и подчинена власти нравственного закона, как полагается обществу в новой

социологической “космогонии”, отчего в результате тайна становится равнозначной преступлению» [Болтански 2019, 86]. В этом смысле М. Маклюэн движется в рамках формата, который ярко показывает «медиатизированность» современного мира.

Как мы уже отмечали выше, когда мы говорим о «глубокой медиатизации», то речь идет не о единой медиалогике, а о множестве медиалогик. И это второе важное допущение в исследованиях медиатизации. И в этом смысле «глубокая медиатизация» предполагает ситуацию 80-х гг. XX века, характеризующуюся появлением «эффекта реальности», или потерей единой для всех реальности. Тема «утраты реальности» и, как следствие, проблематичности коммуникации в ней давно стала предметом серьезного обсуждения. Мы имеем дело со множеством реальностей, которые нельзя свести к единой основе или найти универсальное мерило для них всех. Кроме того, поскольку каждый действует в логике своей реальности, то в целом динамика действий и взаимодействий становится непредсказуемой [см., например, Бодрийяр 2017].

Таким образом, когда мы говорим о медиатизации, речь идет не только о влиянии медиа на восприятие предмета, но и гораздо более глубокой трансформации: форматируется и восприятие, и сам предмет. Даже если утверждать, что СМИ всегда за счет форматирования восприятия форматировали предмет, сложно не признать существенные отличия. И они не только в том, что форматирование происходит быстрее, форматирование намного радикальнее; самое важное – существование ряда предметов вне форматирования становится проблематичным: во многих случаях тот смысл, за счет которого «существует» предмет, появляется именно за счет форматирования; ярчайшие пример – конвергентные социальные миры. Проблема медиатизации и форматирования связана как раз с тем самым «эффектом реальности»; обратим также внимание на то, что создается не одна квазиреальность, а множество таких квазиреальностей. Вопрос, таким образом, в том, как трансформируются эти миры. И речь не идет об изучении медиатизации общества и культуры «в целом» – задачей является именно конкретный анализ многообразных проявлений данного процесса (именно это, заметим, и не дает возможности дать единое определение понятию «формат»); и именно поэтому довольно быстро начинается дальнейшая детализация моделей. Теперь речь идет не о «медиалогике», а о «медиалогиках»; хотя концепт «медиатизации» имеет общие послышки, тем не менее он становится «зонтичным концептом» для разноплановых исследований.



## БИБЛИОГРАФИЯ

- Андрианова, Ракигов 1991 – *Андрианова Т. В., Ракигов А. И.* Современные тенденции информатизации и медиатизации общества: научно-аналитический обзор. Москва: ИНИОН, 1991.
- Анохина 2015 – *Анохина В. В.* Медиатизация как фактор трансформации социальных пространств и метаморфозы культурных традиций // *Философия и социальные науки*. Минск, 2015. № 3. С. 13–18.
- Артамонова 2010 – *Артамонова Ю. Д.* Основные версии происхождения историзма // *Эпистемология & философия науки*. 2010. № 3. С. 169–185.
- Бодрийяр 2017 – *Бодрийяр Ж.* Дух терроризма. Войны в заливе не было / Пер. с фр. А. Качалова. Москва: Рипол-классик, 2016.
- Болтански 2019 – *Болтански Л.* Тайны и заговоры: По следам расследований / Пер. с фр. А. Захаревич. Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019.
- Вартанова 2019 – *Вартанова Е. Л.* Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / Под ред. Е. Л. Вартановой. Москва: Фак. журн. МГУ, Изд-во Моск. ун-та, 2019.
- Гуреева 2016 – *Гуреева А. Н.* Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // *Вестник Московского университета*. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.
- Гуреева 2017 – *Гуреева А. Н.* Междисциплинарность теоретических концепций в российских и зарубежных исследованиях процесса медиатизации // *Медиаскоп*. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2388> (дата обращения: 19.07.2020).
- Дебре 2010 – *Дебре Р.* Введение в медиологию / Пер. с франц. Б. М. Скуратова. Москва: Практикс, 2010.
- Зиммель 1995 – *Зиммель Г.* Конфликт современной культуры // *Культурология. XX век. Антология*. Москва: Юрист, 1995. С. 331–377.
- Кёхлер 2013 – *Кёхлер Г.* Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? // *Полис. Политические исследования*. 2013. № 4. С. 75–87.
- Коулман 2018 – *Коулман С.* Может ли Интернет укрепить демократию? / Пер. Ю. А. Кабанов, Ю. Г. Мисников, А. Н. Рябушко. Санкт-Петербург: Алетейя, 2018.
- Маклюэн 2003 – *Маклюэн Г. М.* Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Г. Николаева. Москва – Жуковский: Канон-пресс Ц, Кучково поле, 2003.

- Маклюэн 2015 – *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / Пер. с англ. И. О. Тюриной. Москва: Академический проект, 2015.
- Ним 2017 – *Ним Е. Г.* (Не)социальное конструирование реальности в эпоху медиатизации // *Социологическое обозрение*. 2017. Т. 16. № 3. С. 409–427.
- Эко 2004 – *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Пер. с итал. В. Резник, А. Погоняйло. Санкт-Петербург: Symposium, 2004.
- Altheide 2011 – *Altheide D. L.* Media logic and social power. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*. 2011. 3 (2). P. 119–136.
- Altheide, Snow 1979 – *Altheide D. L., Snow R. P.* Media Logic. Beverly Hills, CA, 1979.
- Artamonova 1996 – *Artamonova J.* The mind as interpreted by Aristotle and Descartes and some features of modern european logic. *Russian Studies in Philosophy*. 1996. Vol. 34. No. 4. pp. 5–35.
- Asp 1990 – *Asp K.* Medialization, media logic and mediarchy. *Nordicom Review*. 1990. 11 (2). pp. 47–50.
- Averbeck-Lietz 2017 – *Averbeck-Lietz S.* (Hrsg.) Kommunikationswissenschaft im internationalen Vergleich. Transnationale Perspektiven. Wiesbaden, 2017.
- Couldry, Hepp 2016 – *Couldry N., Hepp A.* The Mediated Construction of Reality. Cambridge, 2016.
- Hepp et al. 2015 – *Hepp A., Hjarvard S., Lundby K.* Mediatization: Theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society*. 2015. Vol. 37. No. 2. pp. 314–324.
- Hepp, Krotz 2014 – *Hepp A., Krotz F.* Mediatized worlds – understanding everyday mediatization // *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age* (eds. A. Hepp, F. Krotz), Basingtoke, 2014. pp. 1–14.
- Hjarvard 2008 – *Hjarvard S.* The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*. 2008. Vol. 29. No. 2. pp. 105–134.
- Jenkins 1992 – *Jenkins H.* Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. New York, 1992.
- Krotz 2008 – *Krotz F.* Media connectivity: Concepts, conditions, and consequences // *Network, Connectivity and Flow: Key concepts for Media and Cultural Studies*. New York, 2008.
- Krotz et al. 2014 – *Krotz, F., Despotović, C., & Kruse, M.-M.* (Hrsg.) The mediatization of social worlds. Synergy of empirical research. Wiesbaden, 2014. In German.

- Livingstone 2009 – *Livingstone S.* On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*. 2009. Vol. 59. No. 1. pp. 1–18.
- Lundby 2009 – *Lundby K.* Media Logic. Looking for Social Interaction // *Lundby K. (ed.) Mediatization. Concept, Change, Consequences.* New York, 2009. pp. 101–119.
- Lundby 2014 – *Lundby K.* Mediatization of communication // *Lundby K. (ed.) Mediatization of Communication.* Berlin, 2014. pp. 3–35.
- Thimm et al. 2018 – *Thimm, C., Anastasiadis, M., & Einspänner-Pflock, J.* (Eds.) Media logic(s) revisited: Modelling the interplay between media institutions, media technology and societal change. London, 2018.
- Thompson 1995 – *Thompson J. B.* The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Cambridge, 1995.
- Véron 1995 – *Véron E.* Médiatisation Du Politique. Stratégies, Acteurs et Construction Des Collectifs. *Hermès*. 1995. No. 17–18. pp. 201–214.
- Williams 1990 – *Williams R.* Television: technology and cultural form. London, 1990.

*Материал поступил в редакцию 21.07.2020*

*Материал поступил в редакцию после рецензирования 27.12.2020*