

УДК 32.019.5

## Медиатизационный аспект экстремальных политических процессов

**Аксенов Кирилл Владимирович**

Магистр журналистики,

Санкт-Петербургский государственный университет,

199034, Российская Федерация, Санкт-Петербург, Университетская набережная, 7/9;

e-mail: imeni\_kirova@mail.ru

### Аннотация

В настоящее время мир по-прежнему разделен на развитые государства и развивающиеся, в которых общество находится в ожидании политических изменений и политического развития (особенно в плане социальной защищенности). В развивающихся государствах Ближнего Востока и Северной Африки происходят экстремальные политические процессы, некоторые из них носят пролонгированный характер – как в Сирии, другие происходят в силу различных причин – как в Ираке. Для достижения дефицитов и (или) установления политического доминирования активно осуществляются как боевые действия, так и ненасильственные – информационные. Понимание важности происходящего и влияние данных процессов на политическое поведение всех субъектов политики (социальных, институциональных, функциональных) в международных отношениях подводит нас к необходимости теоретического осмысления разворачивающихся экстремальных политических процессов и их массовой составляющей. Данная статья посвящена таким приобретающим в современном мире ключевую роль явлениям, как информационное противостояние и информационное воздействие. Определено понятие медиатизации и выявлено то, каким образом оно коррелирует с экстремальными политическими процессами. Показано, что массмедиа могут играть разнообразные роли в экстремальных политических процессах: осуществлять коммуникации между противоборствующими силами, вынуждать политиков приспосабливаться к их логике, способствовать установлению контроля над обществом в конкретном регионе либо глобально со стороны политиков.

### Для цитирования в научных исследованиях

Аксенов К.В. Медиатизационный аспект экстремальных политических процессов // Теории и проблемы политических исследований. 2016. Том 5. № 6А. С. 18-27.

### Ключевые слова

Политический процесс, конфликт, СМИ, медиатизация.

## Введение

В современной науке все больше внимания уделяется процессу медиатизации. О нем задумывались Засурский, Хьявард, Лилликер, Хепп, Хайер и другие исследователи. Засурский написал: «Вследствие перемен (в современном информационном мире) произошли два важнейших процесса: политизация масс-медиа и медиатизация политики» [Засурский, www].

Стиг Хьявард заметил, что многие работы, написанные ранее, страдают от того, что в них нет четкого и единого определения медиатизации. Он ссылается на Валиверронена, который полагал, что медиатизацию стоит рассматривать как возрастание роли медиа в обществе; на Стрёмбака, рассматривающего отношения медиа и политики. В своей работе Хьявард определяет медиатизацию культуры и общества как процесс, характеризующийся интенсификацией зависимости культуры и социума от средств массовой информации [Hjarvard, www].

Мартин Хайер в книге "Policy-making in the Age of Mediatization" сразу же обращает внимание на понятие "mediatized politics", которое будет логичным перевести как «медиатизированная политика». Хайер не дает четкого определения данному явлению, однако отмечает, что в современном обществе СМИ оказывают огромное влияние на политику [Hajer, 2009, 11]. Эту идею продолжает Наталья Авдониная, отмечая в своей кандидатской диссертации: «Кент Асп, профессор Высшей школы журналистики в Гетеборге, первым стал применять это понятие с позиций политики – "процесс, при котором политическая система испытывает сильное влияние СМИ и определяется требованиями массмедийного освещения политики. В политической сфере медиатизация осуществляется на различных уровнях: медиа устанавливают повестку дня; придают политике больше зрелищности и персонализированности; формируют политическую элиту"» [Авдониная, 2012, 33]. Данное определение имеет существенный недостаток: в нем отображено пересечение политической и массмедийной сфер, однако отсутствует упоминание роли СМИ в отношении общества. С точки зрения Лилликера, медиатизацию можно понимать как состояние системы «медиа – политика – общество», при котором средства массовой информации формируют и сооружают процессы политической коммуникации, а также формируют общество, в котором эта коммуникация имеет место быть [Lilleker, 2006, 117]. В нашей статье мы будем опираться именно на эту дефиницию.

### Особенности процесса медиатизации при экстремальном политическом процессе

К. Ландби в своей работе определил следующие компоненты процесса медиатизации, которые конкретизируют взаимосвязь СМИ и общества, а также СМИ и политики и в полной мере соответствуют выбранной нами дефиниции.

1. Медиа-технологии расширяют естественные пределы возможностей человеческого общения.

2. СМИ частично либо полностью обеспечивают замену социальной деятельности и социальных институтов.

3. СМИ соединяются с различными немедийными процессами в общественной жизни.

4. Субъекты и организации из всех слоев общества приспосабливаются к логике СМИ» [Lundby, 2009, 87].

Предложим свою трактовку данных пунктов, а также рассмотрим эти характеристики применительно к ситуации экстремального политического процесса.

Первую характеристику можно понять как предоставление аудитории или политикам возможности коммуницировать вне пространственных границ. В рамках экстремальных политических процессов сетевые средства массовой информации могут формировать коммуникации между политическими субъектами, которые не согласились бы или не смогли бы встретиться лицом к лицу.

Вторую характеристику можно осмыслить как сдвиг с реальных коммуникаций в рамках социальных институтов к просмотру телевизионных программ или погружению в мир сетевых СМИ. При этом для политической власти при экстремальных политических процессах данная способность массмедиа может являться своеобразным инструментом для сохранения власти: политически неактивная аудитория остается таковой, отстраняется от митингов и демонстраций. Речь не идет о войне, революции или бунте, однако это применимо в условиях восстания или мятежа. Свонсон и Манчини отмечают: «Такие возможные медиаэффекты, как наркотизация и создание иллюзорного участия, рассматриваются на протяжении долгого периода в научной литературе» [Swanson, Mancini, 1996, 15]. Наркотизацию как медиаэффект следует понимать следующим образом: информация переполняет человеческое сознание, и оно становится апатичным к ней, заменяя действия в рамках проблемы знанием о ней; таким образом, у людей возникает лишь поверхностная озабоченность социальными проблемами. Х. Майн в связи с этим высказал следующее опасение: «Место того, что раньше называлось политикой, место дискуссий, формирования общественного мнения и политических решений все чаще занимают некие символические действия. <...> Мы слышим, читаем, а иногда и видим псевдособытия, которые происходят лишь постольку, поскольку о них рассказывают. Эти псевдособытия закрывают дорогу к общественно важным событиям и критическим мыслям» [Майн, 1995, 155]. Таким образом, СМИ способны парализовать реальную деятельность, формировать инертное общество, если это необходимо конкретной политической системе в ходе экстремальных политических процессов или вне таковых.

Напомним, что в данном случае мы описывали возможное развитие событий в условиях восстания или мятежа. Однако погружение общества в мир сетевых СМИ может быть сопряжено с реальной опасностью для власти в ходе революции, бунта или войны. Эта опасность заключается в международной блокаде. Метод, в сущности, прост: граждане

активно обсуждают происходящее в регионе в комментариях к материалам сетевых СМИ либо оставляют сообщения в социальных сетях, которые потом ретранслируют глобальные сетевые СМИ, нацеливаются на вызов сочувствия у мирового сообщества и откровенное неприятие им политического поведения действующей власти, на подрыв ее авторитета и ослабление доверия к ней, оправдывая в том числе военное противодействие оппозиционных сил. Проблема заключается в том, что эти комментарии могут быть использованы иностранными сетевыми СМИ и теми политиками, которые стоят за ними, в своих целях. Пример подобной информационно-психологической операции можно было наблюдать во время операции в Алеппо в декабре 2016 года.

При экстремальных политических процессах борьба за сохранение и приобретение власти обостряется, политики стремятся оправдать предпринимаемые ими действия и превратить средства массовой информации в орудие достижения своих целей, удовлетворить потребности, аккумулировать информационные ресурсы и воздействовать на общество для получения поддержки. Эйлерс справедливо замечает, что «в настоящее время войны не могут вестись без общественной поддержки. <...> Поддерживая освещение в СМИ под контролем, можно склонить общественность к утверждению или отклонению войны» [Eilders, 2005, 642].

Таким образом, речь идет о том, что средства массовой информации, находясь в центре социальной, политической, экономической и культурной жизни, осуществляют политическую социализацию: передают человеку нормы политической культуры, содействующие выработке нужных качеств для приспособления к данной политической системе и выполнению в ней определенных ролей. Особенностью сетевых СМИ как средства политической социализации является то, что они могут оказывать влияние на массы в максимально короткий временной интервал, при этом политическая социализация «направлена на создание необходимого уровня поддержки – основы самосохранения политической системы» [Решетников, 2010, 97]. В свою очередь, Балынская отметила: «Бессмысленно спорить с тем, что журналистика изменяет поведение людей, воздействуя на их сознание. Политология признает за журналистикой такие действия, называя это функцией политической социализации, а саму журналистику относит к агентам политической социализации личности» [Балынская, 2008, 88].

Итак, с одной стороны, медиатизация может способствовать контролю политиков над обществом, с другой стороны, местные СМИ могут осуществлять политическую социализацию иным способом – формировать политически активное общество. Здесь нужно упомянуть две вероятные модели.

1. Индивид или общественные группы через СМИ доводят сведения о возникшей проблеме до институциональных политических субъектов, после чего формируются остальные политические коммуникации, направленные на решение проблемы. Речь идет о так называемой «публичной сфере». Юрген Хабермас рассматривает ее как «область социальной жизни, в которой формируется общественное мнение» [Habermas, 1973, 231]. Юрий Андре-

евич Красин, в свою очередь, в очерке «Модернизация и публичная сфера» отмечает, что именно в публичной сфере «осуществляются важнейшие функции взаимодействия власти и общества в формировании публичной политики, выражающей публичный интерес» [Красин, 2011, 192-193]. Эта модель может быть представлена в виде прямой связи с Президентом, вопросов в рамках различных (экономических, образовательных или других) форумов, опросов общественного мнения в СМИ. Мы полагаем, что такое политическое поведение институциональных политических субъектов должно быть действенно после прихода к власти новой политической элиты при завершении экстремального политического процесса, когда необходимо удовлетворить интересы общества.

2. Вторая модель связана с понятием демократической делиберации, которую, по сути, можно представить как оценку общественностью принимаемых государственных решений, а также оценку деятельности политических субъектов. Иначе говоря, уделяется огромное внимание общественному консультированию. То есть, согласно второй модели, политики или средства массовой информации поднимают проблемы и общество высказывается по этому поводу, а институциональные субъекты политики реагируют. Так, например, в Нидерландах был проведен референдум об ассоциации Украины и Европейского союза. Однако стоит отметить, что данная модель может применяться лишь в некоторых демократических системах. Полагаем, что она невозможна в тех государствах, где происходит военное противостояние, однако ее могут применять третьи стороны для обсуждения инициатив, направленных на ту страну, в которой можно наблюдать экстремальный политический процесс.

Как было сказано выше, политическая социализация призвана обеспечить такую поддержку у населения, чтобы сохранилась политическая система. Сложно представить, что в ходе экстремальных политических процессов будет происходить вовлечение общества в принимаемые политической элитой решения. С другой стороны, оппозиционные силы могут с помощью доступных им СМИ не только воздействовать на общество, но и артикулировать общественные интересы, то есть преобразовывать взгляды и мнения людей в конкретные требования и ориентироваться в том числе на них, а не только на существующие у них образы и дефициты.

Третью характеристику можно трактовать как формирующуюся традицию обращения к средствам массовой информации во время работы, поездки в общественном транспорте и т.д. Речь в первую очередь идет о бюджетных, а следовательно, доступных массовых печатных СМИ (для страны, где можно наблюдать экстремальный политический процесс) и о сетевых массмедиа (для аудитории тех стран, которые тем или иным образом вовлечены в противодействие сторон). Это позволяет политикам оказывать интенсивное информационное давление в условиях экстремального политического процесса.

Наконец, четвертую характеристику можно интерпретировать в следующем ключе: действия политических субъектов, представителей бизнеса, игроков на бирже, спортсменов зависят от действий и логики поведения средств массовой информации. С этой иде-

ей соглашаются такие исследователи, как Херманн Майн и Генрих Оберройтер. Медиалогикой, по сути, является система критериев и технологий медиа при выборе и трактовке происходящих событий для журналистских произведений. При экстремальных политических процессах действующая политическая элита может обладать достаточным влиянием для публикации в локальных СМИ, однако информационное пространство заполняется не столько местными, сколько глобальными медиа, в попытке привлечь их на свою сторону власть должна приспосабливаться к их логике. Мартин Хайер отмечает: «Медиа работают с конкретными организационными форматами, так что правительственные структуры могут склоняться к тому, чтобы соединиться с этими форматами с тем, чтобы иметь возможность достигнуть своих целевых аудиторий» [Hajer, 2009, 39].

Подходя с позиций бихевиорализма, считаем важным определить необходимое политическое поведение на индивидуальном уровне с учетом медиалогии для того, чтобы получить внимание массмедиа. Политическое поведение должно содержать следующие три компонента.

1. Общественно важную тематику, соотносящуюся с проблемами экстремальных политических процессов. Это могут быть заявления о необходимых условиях для достижения перемирия, о готовности пойти на определенные уступки в отношении политических противников, о действиях, предпринимаемых для освобождения мирного населения от террористических группировок и так далее. Кроме того, политики должны обладать компетенцией для обсуждения этих проблем. Известный американский ученый Тимоти Кук отмечал в своей книге, что журналисты не только отражают действия политиков, но и усиливают власть; более того, им действительно важно знать, что «любой, кого они цитируют – даже относительно маловлиятельный политик – достаточно компетентен для того, чтобы обсуждать все, о чем пойдет речь» [Cook, 1998, 92].

2. Дозированность, но регулярность в предоставлении информации, и, следовательно, доступность, что обусловлено нацеленностью средств массовой информации на сериализацию (подобной позиции придерживается, к примеру, Тимоти Кук [Там же, 98]). Сериализация особенно заметна при экстремальных политических процессах, когда практически ежедневно происходят значительные события, требующие комментариев политиков, и особенно заметна в сетевых средствах массовой информации, которые производят мультимедиа документы и имеют возможность направлять аудиторию на связанные публикации в один клик. «Аль-Джазира», например, использует в начале материала теги – специфические тематические метки (War & Conflict, Politics, Middle East, Syria и так далее); внутри текста – вставки Also read с названием предыдущих публикаций (в материале о Путине и Ассате предлагались таким образом тексты «Может ли Сирия быть Афганистаном для Путина?» и «Аналитика: упорная Россия на Ближнем Востоке?» [Российский приоритет – выживание режима Асада в Сирии..., 2015, www]); в конце материала – несколько гиперссылок на связанные материалы с помощью обозначения RELATED). Кроме того, сериализация может быть выражена в виде

текста онлайн о происходящих событиях. Так «Коммерсант.ru» предоставлял информацию онлайн относительно авиаударов России в Сирии, предоставляя информацию от различных политических субъектов – МИД ФРГ, главы МИД Сирии, Белого дома, официального представителя генерального секретаря ООН, президента Института Ближнего Востока и так далее [Россия начала наносить авиаудары в Сирии..., 2015, www].

3. Драматизацию, поскольку сами средства массовой информации имеют склонность к напряженности действий. Хайер пишет: «Нет отображения без драматизации», по-английски это выглядит как своеобразное мнемоническое правило: "No representation without dramatization"» [Најег, 2009, 40]. Конфликты, боевые столкновения, драма – все это коррелирует с получением внимания массмедиа. Если взглянуть на «Аль-Джазиру» и ситуацию в Сирии, можно заметить, что о Башаре Аль-Асаде упоминают несколько отстраненно, когда пишут о других действующих лицах (США, России, Саудовской Аравии). Однако в тех случаях, когда он дает громкие интервью, в которых присутствует определенный драматический момент, «Аль-Джазира» сосредотачивается непосредственно на его фигуре. Например, в сентябре 2015 года в данном сетевом СМИ Асад упоминался 55 раз. При этом лишь в 5 материалах была использована прямая речь Асада. Например, на видео, которое телекомпания использовала дважды, Президент Сирии описывал тяжелое положение сирийских правительственных войск и огромную проблему с количеством солдат [Ассад отказывается уходить в отставку..., 2015, www].

Таким образом, мы полагаем, что политики не могут рассчитывать на обязательное освещение даже при экстремальном политическом процессе, по крайней мере, в независимых от них глобальных сетевых СМИ. Для того, чтобы донести свою точку зрения, политикам необходимо учитывать логику средств массовой информации. Мартин Хайер отмечает: «Понятно, что политики будут менее успешными, если они не будут соотноситься с медиатизацией» [Најег, 2009, 40]. В свою очередь, Николас Хокэнсон, старший преподаватель университета Хальмстада (Швеция), считает, что медиатизация – «процесс, в котором определенное лицо стремится попасть в центр событий, стать медийной персоной» [Авдони-на, 2012, 34]. Это довольно узкое понимание процесса медиатизации, Хокэнсон исключает остальные ее особенности, рассмотренные нами, однако данный тезис уместно использовать для того, чтобы подчеркнуть важность приспособления политиков к логике СМИ.

## Заключение

Можно сделать вывод, что медиатизация – это сложный процесс в современной системе взаимоотношений СМИ – политика – общество. СМИ осуществляют коммуникации между противоборствующими силами, следовательно, могут способствовать нахождению точек соприкосновения. Кроме того, средства массовой информации влияют на политиков, вынуждая их приспособляться к логике СМИ. Такие особенности средств массовой информации, как замена социальной деятельности и социальных институтов, соединение с

различными немедийными процессами в общественной жизни, способствуют установлению контроля над обществом в конкретном регионе либо глобально со стороны политиков (причем они могут представлять абсолютно разные стороны конфликта или конфликтов, лежащих в основе экстремального политического процесса). Очевидно, что одним из ключевых элементов современных экстремальных политических процессов является доступ к средствам массовой информации, контроль над ними, а также контроль над технологиями.

### Библиография

1. Авдони́на Н.С. Журналистика и политика вооруженного конфликта: сравнительный анализ американской и отечественной прессы: дисс. канд. полит. наук. СПб., 2012. 269 с.
2. Ассад отказывается уходить в отставку до победы над терроризмом // Аль-Джазира. 2015. 16 сентября. URL: <http://www.aljazeera.com/news/2015/09/assad-refuses-resign-terrorism-defeated-150916121911848.html>
3. Балы́нская Н.Р. Журналистика в политическом процессе. Екатеринбург, 2008. 165 с.
4. Засу́рский И. Массмедиа второй республики. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/39.htm>
5. Краси́н Ю. Инновационная модернизация России. Политологические очерки. М., 2011. 253 с.
6. Майн Х. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии. М., 1995. 158 с.
7. Решетников С.В. Политология. Минск, 2010. 528 с.
8. Российский приоритет – выживание режима Асада в Сирии // Аль-Джазира. 2015. 18 ноября. URL: <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2015/11/russia-priority-survival-assad-regime-151118053352343.html>
9. Россия начала наносить авиаудары в Сирии // Коммерсант.ru. 2015. 30 сентября. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2821709>
10. Cook T. Governing with the news: the news media as a political institution. Chicago, 1998. 289 p.
11. Eilders C. Media under fire: fact and fiction in conditions of war. International review of the Red Cross. 2005. Vol. 87. No. 860. P. 639-648.
12. Habermas J. The public sphere. Boston, 1973. 336 p.
13. Hajer M. Authoritative governance. Policy-making in the age of mediatization. New York, 2009. 220 p.
14. Hjarvard S. The mediatization of society. URL: [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269\\_hjarvard.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269_hjarvard.pdf)
15. Lilleker D. Key concepts in political communication. London, 2006. 224 p.
16. Lundby K. Mediatization: concept, changes, consequences. New York, 2009. 316 p.
17. Swanson D., Mancini P. Politics, media, and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences. Westport, 1996. 228 p.

## Mediatization aspect of extreme political processes

**Kirill V. Aksenov**

Master of Journalism,  
Saint Petersburg State University,  
199034, 7/9 Universitetskaya emb., Saint Petersburg, Russian Federation;  
e-mail: imeni\_kirova@mail.ru

### Abstract

Currently, the world is still divided into developed countries and developing ones, in which the society is waiting for political changes and political development, especially in terms of social security. There are extreme political processes in the developing countries of the Middle East and North Africa, some of which are prolonged in nature, as in Syria, others happen due to various reasons, as in Iraq. To achieve deficits and (or) the establishment of the political domination, fighting actions and non-violent ones are carried out. Understanding the importance of what is happening and the impact of these processes on the political behavior of all policy actors (social, institutional, functional) in international relations brings us to the need for a theoretical understanding of current extreme political processes and their mass media component. The article is devoted to such phenomena as information confrontation and information exposure. The author defines the concept of mediatization and reveals how it correlates with the extreme political processes. The article shows that the media can play various roles in the extreme political process: they promote communication between the opposing forces, they force politicians to adapt to their logic, and they help politicians to hold control over society in a specific region or globally.

### For citation

Aksenov K.V. (2016) Mediatizatsionnyi aspekt ekstremal'nykh politicheskikh protsessov [Mediatization aspect of extreme political processes]. *Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy* [Theories and Problems of Political Studies], 5 (6A), pp. 18-27.

### Keywords

Political process, conflict, media, mediatization.

### References

1. Avdonina N.S. (2012) *Zhurnalistika i politika vooruzhennogo konflikta: sravnitel'nyi analiz amerikanskoi i otechestvennoi pressy. Dokt. Diss.* [Journalism and politics of armed conflict: a comparative analysis of American and Russian press. Doct. Diss.]. Saint Petersburg.

2. Assad otkazyvaetsya ukhodit' v otstavku do pobedy nad terrorizmom [Assad refuses to resign until the victory over terrorism] (2015). *Al'-Dzhazira* [AL Jazeera], 16th Sept. Available at: <http://www.aljazeera.com/news/2015/09/assad-refuses-resign-terrorism-defeated-150916121911848.html> [Accessed 10/09/15].
3. Balynskaya N.R. (2008) *Zhurnalistika v politicheskom protsesse* [Journalism in the political process]. Ekaterinburg.
4. Cook T. (1998) *Governing with the news: the news media as a political institution*. Chicago.
5. Eilders C. (2005) Media under fire: fact and fiction in conditions of war. *International review of the Red Cross*, 860 (87), pp. 639-648.
6. Habermas J. (1973) *The public sphere*. Boston.
7. Hajer M. (2009) *Authoritative governance. Policy-making in the age of mediatization*. New York.
8. Hjarvard S. *The mediatization of society*. Available at: [http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269\\_hjarvard.pdf](http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/269_hjarvard.pdf) [Accessed 10/09/15].
9. Krasin Yu. (2011) *Innovatsionnaya modernizatsiya Rossii. Politologicheskie ocherki* [Innovative modernization of Russia. Political science essays]. Moscow.
10. Lilleker D. (2006) *Key concepts in political communication*. London.
11. Lundby K. (2009) *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York.
12. Main Kh. (1995) *Sredstva massovoi informatsii v Federativnoi Respublike Germanii* [Mass media in the Federal Republic of Germany]. Moscow.
13. Reshetnikov S.V. (2010) *Politologiya* [Politology]. Minsk.
14. Rossiiskii prioritet – vyzhivanie rezhima Assada v Sirii [The Russian priority is the survival of the Assad regime in Syria] (2015). *Al'-Dzhazira*, 18th Nov. Available at: <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2015/11/russia-priority-survival-assad-regime-151118053352343.html> [Accessed 10/09/15].
15. Rossiya nachala nanosit' aviaudary v Sirii [Russia has launched airstrikes in Syria] (2015). *Kommersant.ru*, 30th Sep. Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/2821709>
16. Swanson D., Mancini P. (1996) *Politics, media, and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Westport.
17. Zasurskii I. *Massmedia vtoroi respubliki* [The mass media of the second republic]. Available at: <http://evartist.narod.ru/text3/39.htm> [Accessed 10/09/15].