

Научный отчет по проекту
"Медиатизация в современной России: теории и практики"

Руководитель: доктор социологических наук, профессор кафедры теории и экономики СМИ И.А. Полуэхтова

Исследовательская группа проекта:

Бабюк М.И., канд. филос. наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ;

Живихина Д.С., специалист по УМР кафедры литературной критики и публицистики;

Ильченко Д.С., научный сотрудник проблемной научно-исследовательская лаборатория комплексного изучения актуальных проблем журналистики;

Корнилова К.С., канд. филол. наук, научный сотрудник кафедры рекламы и связей с общественностью;

Хруль В.М., канд. филол. наук, доцент, кафедры социологии массовых коммуникаций.

Жаровский Е.Р., до 1 июля 2018 года студент 2 курса магистратуры, с 1 октября 2018 года - аспирант кафедры социологии массовых коммуникаций

Общее описание

Актуальность реализуемого проекта обусловлена эмпирически наблюдаемой трансформацией социальных практик в предметно-объектном поле медиаисследований и поиском нового языка описания, адекватного изменяющемуся исследовательскому контексту. Изучение механизмов взаимодействия медиа с различными социальными институтами породило термин «медиатизация», который становится все более распространенным в социальных и гуманитарных науках в конце XX - начале XXI вв. Он описывает растущее влияние коммуникации на культуру и общество, воспринимается как «средство анализа взаимосвязи между изменением в системе средств массовой информации и коммуникации – с одной стороны, и изменением культуры и общества – с другой стороны» (Непп, Krotz, 2014).

Значимость изучения феномена медиатизации обусловлена двумя обстоятельствами. С одной стороны, жизнь индивидов и социальных групп в XXI веке протекает во все более медиатизированном пространстве: различные формы общественной деятельности и процесс создания смыслов в современном социуме

неразрывно связаны с активно развивающимися средствами массовой информации и коммуникации, которые в равной степени проникают в публичную сферу и личное пространство человека, его повседневную жизнь. С другой стороны, международное исследовательское сообщество оказывается перед необходимостью осмысления меняющихся практик и поиска адекватных методов исследования и терминологического аппарата для описания происходящих медийно обусловленных и медийно опосредованных процессов.

Цели проекта сформулированы на трех уровнях – на уровне общей теории, теории среднего уровня и уровне прикладных исследований и заключаются в намерении 1) уточнить объем и содержание термина «медиазация», описать существующие интерпретации данного понятия и предложить интегральную дефиницию; 2) выявить специфику использования общих теоретических подходов к осмыслению феномена медиазации в конкретных пространственно-географических условиях и в отдельных сегментах социального пространства – науке, культуре, религии и спорте; 3) выделить, описать и осмыслить значимые характеристики процесса медиазации в России, обусловленные спецификой и динамикой развития медиасферы, а также предметных областей – науки, культуры, религии и спорта.

Задачи проекта

- описание и анализ особенностей научной коммуникации в медиатизированном обществе, каналов и форматов медиазации науки;
- описание и анализ особенностей религиозной коммуникации в медиатизированном обществе, каналов и форматов медиазации религии;
- описание и анализ особенностей культурной коммуникации в медиатизированном обществе, каналов и форматов медиазации культуры (на примере рекреативных институтов);
- построение нормативно-функциональных моделей медиазации как на уровне отдельных социальных институтов (науки, культуры, религии, спорта), так и на социетальном метауровне;
- операционализация и апробация нормативно-функциональных моделей на эмпирическом материале.

В качестве **предмета исследования** медиатизация рассмотрена как фактор изменения 1) медиасистемы и 2) науки, культуры, религии и спорта в социальной системе.

Комплексный характер проекта определяет необходимость изучения целого ряда **объектов**, среди которых можно выделить:

- медиаконтент – публикации массмедиа, а также тексты интернет-коммуникации, тесно связанные с процессом медиатизации социальных практик;
- научные, религиозные, культурные и спортивные структуры как субъекты и объекты процесса медиатизации;
- каналы медиатизации социальных практик.

Комплексной природой проекта обусловлено также и применение различных **методов исследования** – контент-анализа, вторичного анализа данных, анализа документов, типологического и структурного анализа СМИ.

Ход работ

При разработке программы исследования *на первом этапе работ* были проведены методические семинары, в которых приняли участие все представители исследовательского коллектива. На встречах обсуждались терминологические трудности изучения феномена медиатизации, что позволило достичь консенсуса в определении предметно-объектного проекта и определить рамки эмпирического исследования. Терминологическая работа нашла отражение в подготовленных к печати материалах, в том числе – в рецензиях на работы зарубежных экспертов, занимающихся теоретическим осмыслением процесса медиатизации. На данном этапе были определены основные направления исследования, обсуждены и утверждены схемы анализа, создан и апробирован инструмент для проведения контент-аналитического исследования, направленного на сбор эмпирической информации о формальных и содержательных характеристиках процесса медиатизации изучаемых сфера социального пространства.

На втором этапе работ был произведен сбор эмпирической информации:

1) анализ содержания журналистских материалов научной, религиозной, музейной и спортивной тематики, опубликованных в российских медиаресурсах в период с 1 апреля 2017 по 31 марта 2018 года; изучены более 15 тыс. публикаций следующих ресурсов: aif.ru, iz.ru, kommersant.ru, kommersant.ru/ogoniok, kp.ru, mk.ru, ng.ru, novayagazeta.ru, newizv.ru, echo.msk.ru, profile.ru, expert.ru, gazeta.ru, lenta.ru, rbc.ru, metronews.ru, forbes.ru, ria.ru, tass.ru, interfax.ru, life.ru, ura.ru, snob.ru, vm.ru, fontanka.ru; список ключевых слов для формирования базы журналистских материалов (с учётом производных слов и

падежных форм): *наука, ученый, РАН, научный, исследовательский, религ*, Бог*, православ*, священни*, храм*, богослужени*, молитв*, церков*, РПЦ, патриарх*, епископ*, старообряд*, ислам*, мусульма*, иуд*, будди*, католи*, англикан*, лютеран*, баптист*, сект*, пятидесятни* , кришна*, иегов*, адвенти*, атеи*, мечет*, синагог*, костёл*, кирх*, дацан*, музей, выставка, экспонат, куратор, экспозиция, туризм; турист, спорт, физкультура, футбол, хоккей, биатлон, баскетбол, теннис, волейбол, атлетика, гимнастика, шахматы, турнир, финал, ничья, кубок, чемпионат;* массив публикаций был проанализирован по следующим категориям: предмет публикации, научное направление / религиозное направление / спортивное направление / тип музея, география сюжета, уровень субъектности, источники информации, автор публикации, роль автора, жанровые особенности текста, степень самостоятельности контента, языковые особенности публикации, характеристики иллюстративного материала, отношение автора к предмету публикации, герой публикации;

2) типологический и структурный анализ медиaprостранства Крымского полуострова, а также анализ журналистских публикаций СМИ Крымского полуострова;

3) изучение концепций отдельных типов современных медиаресурсов.

В соответствии с утвержденной программой исследования собранная эмпирическая информация позволила делать выводы об особенностях научной коммуникации в медиатизированном обществе, каналах и форматах медиатизации науки, о существующих ресурсах и каналах медиатизации музейной деятельности, субъектах и технологиях медиатизации туристического потенциала отдельных регионов Российской Федерации, о специфике религиозной коммуникации в медиатизированном обществе, о субъектах, целях, каналах и форматах медиатизации спорта как одного из направлений социальной практики и продукта культурной индустрии.

Научные результаты

На основании анализа полученной информации были сделаны следующие выводы, подробно представленные в подготовленных на основании материалов проекта презентациях и статьях.

Концепция медиатизации религии предоставляет собой полезный инструмент для решения частных задач: анализа взаимодействия между религиозными организациями и

институциональным СМИ – наиболее прозрачном сегменте всего пространства взаимодействия религии и медиа. Эмпирическое исследование подтверждает сформулированные ранее предположения о систематических дисфункциях СМИ в освещении религиозной жизни и низкой профессиональной культуре журналистов в столь конфликтной сфере социальной жизни, как религиозная.

Применение социоцентристского подхода к анализу процесса медиатизации науки в очередной раз демонстрирует монополизацию российскими журналистами возможности публичного выступления на темы, связанные с научной деятельностью. Одновременно можно отметить, что презентация науки в пространстве традиционных СМИ в России сегодня имеет весьма отстраненный характер. Применение медиацентристского подхода указывает на недостаточно активное использование технических возможностей донесения научной информации до потенциальной аудитории.

Разработка теоретических и методологических основ развития территориального брендинга сегодня демонстрирует тенденцию к интеграции с таким еще одним актуальным явлением и процессом, приобретающим все большее распространение в современных условиях, как медиатизация, выступающим неотъемлемой частью глубоких социокультурных изменений, развернувшихся в XXI веке. Актуальность развития данного интегративного направления определяется потребностью переосмысления и обновления подходов к конструированию аутентичного для каждого современного города, территории, страны имиджа. Новейшие технологии позволяют представить культурный и туристический потенциал конкретных регионов на совершенно новом уровне. Исследование позволяет описать дополнительные приемы усиления новостей о культурных и общественных мероприятиях, характеризовать многочисленных представителей общественности как несанкционированных создателей и распространителей стихийного, многомерного медийного контента в многочисленных измерениях, соавторов городских, территориальных брендов.

Анализ региональной ситуации на примере Крымского полуострова позволяет делать выводы о том, что деятельность журналистов характеризуется направленностью на удовлетворение потребностей читателей, зрителей или слушателей, проживающих в определённых частях региона, а также о том, что освещение культурных объектов, расположенных в разных частях географического пространства Крыма, носит неравномерный характер.

Несмотря на актуальность спортивной повестки в современных медиа, проблемы медиатизации спортивной среды исследуются в отечественной науке сравнительно мало,

при изучении феномена и процесса медиатизации спортивной среды необходимо учитывать отечественную специфику, связанную с незавершенностью перехода к постиндустриальному обществу. Рассматривая результаты проведенного исследования, можно констатировать, что репрезентация спортивной среды в современных российских медиа носит достаточно консервативный характер. Совокупность изученных характеристик медиаконтента говорит как об общем превращенном медиадискурсе, так и о его национальной специфике. Спорт широко представлен в медиапространстве, однако характер этого представления только опосредованно связан с реальными проблемами отрасли.

Апробация результатов проекта

Статьи в научных журналах

1. Ильченко Д.С. Содержательная модель успешного научно-популярного журнала (на примере журнала "Популярная механика") // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2018. № 2.
2. Корнилова К.С. Геобрендинг в контексте проблем медиатизации как средство развития территорий и привлечения туристов // Вестник Саратовского университета. Серия Журналистика (принята к публикации).
3. Полуэхтова И. А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения // Знание. Понимание. Умение. – 2018. – № 4.
4. Хруль В.М. Challenges to the Mediatization of Religion in Russia: Towards a Normative Model // Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika (на рассмотрении).
5. Хруль В.М. Материалистическая феноменология как новый подход к пониманию медиатизации (Рецензия на книгу: Couldry, N. and Hepp, A. The mediated construction of reality. Polity: Cambridge, 2017; 278 pp.) // Медиаскоп (электронный журнал). – 2018. – Вып. 3.
6. Хруль В.М. Медиатизация: предварительные итоги. (Рецензия на книгу: Lundby K (ed.) (2014) Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science vol. 21. Berlin: De Gruyter Mouton) // Медиа альманах. – 2018. – № 6 (принято к печати).
7. Хруль В.М. О медиатизации – культурно. (Рецензия на книгу: Hepp A. (2013) Cultures of Mediatization. Cambridge: Polity.) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2019. – № 1. (принято к печати).
8. Хруль В.М. Религия и медиатизация: герметичный объект как вызов теоретическому авангарду // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. (на рассмотрении).
9. Хруль В.М.. Religious Media Dynamics in Russia after 'Perestroika' (1991-2017 // Kultura-Media-Teologia, 2018, vol. 4, Warsaw, Cardinal Wyszynski University, Poland.

Тезисы конференций

1. Аникина М. Е., Живихина Д. С. Наука и культура в медиатизированном обществе: опыт эмпирического исследования // Журналистика в 2018 году: творчество,

профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции / Под ред. Г. С. Филаткина. – Москва: Москва, 2019. – С. 37-38.

2. Аникина М.Е., Живихина Д.С. Медиатизация науки как вызов российскому обществу и журналистике // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы международной конференции "СМИ и массовые коммуникации-2018". – Факультет журналистики МГУ, 2018.

3. Аникина М.Е., Живихина Д.С. Научная коммуникация в медиатизированной среде: от теории к практике // Тезисы конференции «Коммуникативная культура: история и современность. Культурно-историческое наследие в социальных коммуникациях» – Новосибирск, НГУ, 1 ноября 2018 г. (сборник готовится к печати)

4. Бабюк М.И. Медиатизация спорта: первые результаты исследования // Тезисы IX Всероссийской научно-практической конференции «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». Секция «Медиатизация в России: субъекты и объекты». – Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г.

5. Бабюк М. И. Медиатизация спортивной среды в российских условиях: роль и функции национальной медиасистемы в этом процессе // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы международной конференции "СМИ и массовые коммуникации-2018". – Факультет журналистики МГУ, 2018.

6. Жаровский Е.Р. Культура и медиaprостранство Крымского полуострова: исследовательские проблемы и перспективы изучения // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы десятых международных научных чтений в Москве «СМИ и массовые коммуникации-2018». – М., 2018.

7. Жаровский Е.Р. Медиатизация культурного пространства Крыма: опыт эмпирического исследования // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2018» / Отв. ред. И.А. Алешковский, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2018. ISBN 978-5-317-05800-5

8. Жаровский Е.Р. Медиатизация североамериканской культуры в интернет-СМИ Крымского полуострова / Международная конференция «Америка и Европа: формы культурного взаимодействия» (принято к публикации).

9. Живихина Д.С. Медиатизация музейной деятельности: опыт анализа текстов СМИ // Тезисы Международной научной конференции «Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик» Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 30 ноября – 1 декабря 2018 г. (сборник готовится к печати)

10. Ильченко Д.С. Содержательная модель успешного научно-популярного журнала: результаты исследования (на примере журнала «Популярная механика») // Актуальные проблемы медиаисследований–2018. – М., 2018.

11. Ильченко Д. С. Научно-популярный журнал и его сайт: современные концепции российских изданий (предпосылки исследования // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы международной конференции "СМИ и массовые коммуникации-2018". – Факультет журналистики МГУ, 2018.

12. Ильченко Д. С. Современные концепции российских научно-популярных печатных и онлайн-СМИ: предпосылки исследования // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – МедиаМир, Факультет журналистики МГУ имени М.В.Ломоносова Москва, 2018.

13. Корнилова К.С. Геобрендинг в контексте проблем медиатизации // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты.

Тезисы международной конференции "СМИ и массовые коммуникации-2018". – Факультет журналистики МГУ, 2018.

14. Корнилова К.С. Медиатизация культурных событий как технология продвижения территорий (на примере городов-организаторов Чемпионата Мира по футболу 2018 в России) // Тезисы IX Всероссийской научно-практической конференции «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». Секция «Медиатизация в России: субъекты и объекты». – Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г.

15. Корнилова К.С. Медиатизация культурных событий как технология продвижения территорий // Тезисы IX Всероссийской научно-практической конференции «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». Секция «Медиатизация в России: субъекты и объекты». – Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. (сборник готовится к печати).

16. Корнилова К.С. Рекламные издания и их роль в социально-культурной деятельности: исторический и типологический аспекты // Тезисы конференции "Коммуникативная культура: история и современность. Культурно-историческое наследие в социальных коммуникациях". – Новосибирск, НГУ, 1 ноября 2018 г. (сборник готовится к печати).

17. Хруль В.М. Медиатизация: в ожидании эвристической силы Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия. Сборник материалов международной научно-практической конференции / Под ред. Г. С. Филаткина. — Москва: Москва, 2019. — С. 47-48.

18. Хруль В.М. Медиатизация религии в России: закрытость институтов и осторожность журналистов // Тезисы IX Всероссийской научно-практической конференции «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». Секция «Медиатизация в России: субъекты и объекты». – Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г.

19. Хруль В.М. Медиатизация религии: модный термин или новая парадигма?" // Цифровые трансформации СМИ: региональный, национальный и глобальный аспекты. Тезисы международной конференции "СМИ и массовые коммуникации-2018". – Факультет журналистики МГУ, 2018.

20. Хруль В.М. Религия в российских СМИ: жары, темы, субъекты // Тезисы конференции "Коммуникативная культура: история и современность. Культурно-историческое наследие в социальных коммуникациях". – Новосибирск, НГУ, 1 ноября 2018 г. (сборник готовится к печати).

Доклады

1. Аникина М.Е., Хруль В.М. Медиатизация в современной России: теории и практики. Всероссийская научно-практическая конференция «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы», 9 ноября 2018 г., Российский университет дружбы народов, Москва, Россия (пленарный доклад).

2. Бабюк М.И. Медиатизация спорта: первые результаты исследования. X Всероссийская научно-практическая конференция «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы», 9 ноября 2018 г., Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.

3. Бабюк М.И. Медиатизация спортивной среды в российских условиях: роль и функции национальной медиасистемы в этом процессе. Десятые международные научные чтения «СМИ и массовые коммуникации–2018». Международная научная конференция. The 10th International Media Readings in Moscow «Mass Media and Communications 2018»

4. Жаровский Е.Р. Культура и медиапространство Крымского полуострова: исследовательские проблемы и перспективы изучения. Десятые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации-2018» (круглый стол «Медиатизация в современной России: теории и практика»). 26 октября 2018. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
5. Жаровский Е.Р. Медиатизация культурного пространства Крыма: опыт эмпирического исследования / Международный молодежный научный форум «ЛОМОНОСОВ-2018». 12 апреля 2018. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
6. Жаровский Е.Р. Медиатизация североамериканской культуры в интернет-СМИ Крымского полуострова / Международная конференция «Америка и Европа: формы культурного взаимодействия». 6 декабря 2018 года, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
7. Живихина Д.С. Медиатизация музейной деятельности: опыт анализа текстов СМИ. Международная научная конференция «Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик», 30 ноября – 2 декабря 2018 года, Москва, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Школа актуальных гуманитарных исследований, Лаборатория теоретической фольклористики, Москва, Россия.
8. Ильченко Д.С. Научно-популярный журнал и его сайт: современные концепции российских изданий (предпосылки исследования). Десятые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации-2018» (круглый стол «Медиатизация в современной России: теории и практика»). 26 октября 2018. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
9. Ильченко Д.С. Современные концепции российских научно-популярных печатных и онлайн-СМИ: предпосылки исследования. Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия. Международная научно-практическая конференция. 5 - 7 февраля 2018 года. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
10. Ильченко Д.С. Содержательная модель успешного научно-популярного журнала: результаты исследования (на примере журнала «Популярная механика») // Актуальные проблемы медиаисследований - 2018. VII Международная научно-практическая конференция НАММИ. 19 мая 2018 года. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
11. Корнилова К.С. «Геобрендинг в контексте проблем медиатизации: тенденции и перспективы развития». Десятые международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации-2018» (круглый стол «Медиатизация в современной России: теории и практика»). 26 октября 2018.
12. Хруль В.М. Медиатизация: в ожидании эвристической силы. Международная научно-практическая конференция «Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия». 7 февраля 2019 года, факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.
13. Хруль В.М. Медиатизация: метапроцесс, парадигма или просто модный "зонтик"? Международная научная конференция «Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик», 30 ноября – 2 декабря 2018 года, Москва, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Школа актуальных гуманитарных исследований, Лаборатория теоретической фольклористики.

14. Хруль В.М. Особенности освещения религиозной тематики в российских СМИ. X Всероссийская научно-практическая конференция «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы», 9 ноября 2018 г., Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.

Научные результаты рабочей группы не ограничиваются представленными выше. Часть материалов находится в процессе обработки и будет подготовлена к публикации научных изданиях в начале 2019 года.

Библиография

Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds: Culture and Society in a Media Age. Palgrave Macmillan, 2014.

Руководитель проекта
доктор социологических наук
профессор кафедры теории и экономики СМИ
И.А. Полуэхтова