Дмитрий Петрович Гавра

Санкт-Петербургский государственный университет

[d.gavra@spbu.ru](mailto:d.gavra@spbu.ru)

**Медиатизация 2.0 в процессах политической мобилизации в цифровом социуме**

Исследование выполнено в рамках гранта РФФИ 20-011-00371 «Медиатизация локальных инцидентов как механизм мобилизации политического протеста в информационно-сетевом обществе».

В статье предложено понятие «медиатизации 2.0» как особого типа медиатизации, характерной для цифрового общества. Определены функции медиатизации в политической мобилизации протеста в сетевой среде.

Ключевые слова: медиатизация, медиатизация 2.0, политическая мобилизация, социальные сети, цифровое общество.

В современном социуме на цифровом этапе его социальной и технологической динамики возникают новые траектории субъектных отношений, которые обладают способностью трансформироваться как в конструктивную, так и в протестную политическую повестку. Для аудиторий «быстрого мира» можно констатировать интерференцию влияния на политическую активизацию коммуникационных потоков, формируемых как официальными каналами масс-медиа, так и новыми неофициальными сетевыми ресурсами. Возрастающее количество и разнообразие социальных действий коммуникативных акторов в сетевых медиа порождают новые инструменты и технологии политической мобилизации, вынуждающие традиционных акторов приспосабливаться, адаптироваться к новой медиалогике и возникающим медийным форматам.

Интенсивная сетевая политическая коммуникация со всем арсеналом кастомизированных вовлекающих технологий меняет привычные для институтов власти организационные и коммуникативные контуры реагирования на оппозиционную протестную мобилизацию, особенно в условиях сверхбыстрой динамики нарастания протеста. Для судебной или внесудебной блокировки ресурсов и изоляции агентов протестной мобилизации в условиях децентрализованного распределенного управления локальными полевыми организаторами может просто не хватить времени и исходной информации. Особенно в условиях, когда в качестве повода для организации протеста используется локальный инцидент с дальнейшей его сетевой медиатизацией. В этой связи мы полагаем уместным говорить о некотором новом типе медиатизации инцидента с потенциалом протестной мобилизации в периоды повышенной социальной напряженности. Обозначим его как медиатизацию 2.0 с потенциалом перехода далее в формат трансакционной медиатизации.

Для операционализации политико-коммуникационных процессов в информационно-сетевом обществе мы полагаем необходимым ввести понятие медиатизации 2.0 как переходного формата от традиционной интерактивной к трансакционной медиатизации. Автор рассматривает медиатизацию 2.0 как медиатизацию, построенную на логике веб-волны, ретрансляторами которой в сетевом обществе выступают трафик-монополисты и обладатели сетевых коммуникативных капиталов [3]. Такая медиатизация локального информационного повода, некоторого инцидента за счет синергии коммуникативных активностей распределенных игроков при наличии среди этих игроков прямых сетевых акторов, сознательно расширяющих ареал вовлеченности удаленных субъектов, способна резко интенсифицировать процессы политической, в т.ч. протестной мобилизации.

Теоретико-методологическая база, в рамках которой реализуется наш подход, исследования феномена медиатизации 2.0, находится на стыке научных разработок зарубежных и отечественных ученых С. Хьяварда [5], Д. Дикона и Д. Стэньера [2], А. Гуреевой [1] и др.

Обращаясь к ключевой категории исследования – медиатизации – отметим, что мы трактуем ее в русле конструктивистского подхода А. Хепп [4] с точки зрения повседневных опосредованных коммуникаций, когда коммуникационная среда и цифровые технологии меняют характер коммуникации социальности на разных уровнях социальной иерархии. Этап медиатизации первых десятилетий XXI века, который обусловлен широким распространением социальных медиа, мы обозначаем как медиатизацию 2.0.

Медиатизация 2.0 порождает новые форматы экспликации традиционных медиаэффектов, влияния медиасреды и изменившихся в горизонтальном измерении сетевых медиаагентов, их воздействие на политическое поведение и функционирование социальных систем в целом. Процесс медиатизации 2.0 сопряжен с производством политического медиадискурса информационно-сетевого общества, который представляет собой поле конкурирующих и даже агональных парциальных сетевых и институциональных вертикально интегрированных дискурсов. Эти горизонтально и вертикально организованные дискурсы вступают в конкуренцию, борьбу и даже войну за формирование смыслов в политическом пространстве, фрагментированном в сети на более или менее закрытые пузыри ценностно гомогенных сообществ.

Литература

1. Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. М., 2016. № 6. С. 192–208.

2. Deacon D., Stanyer J. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon // Media, Culture & Society. 2014. Vol. 36. No 7. P. 1032–1044.

3. Gavra D. P., Dekalov V. V. Networked Society and its New Power Actors: Critical Analysis of Hardware, Software, and Communicative Level of Digital Space // Proceedings of the 2019 IEEE Communication Strategies in Digital Society Workshop. COMSDS 2019.

4. Hepp A. The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the “mediation of everything” // European Journal of Communication. 2013. Vol. 28 No 6. P. 615–629.

5. 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. P. 105–134.