Дмитрий Петрович Гавра

Санкт-Петербургский государственный университет

d.gavra@spbu.ru

Алена Сергеевна Савицкая

Санкт-Петербургский государственный университет

a.savitskaya@spbu.ru

**Локальный инцидент сквозь призму уровневой структуры медиатизации**

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

Обосновывается возможность применения медиатизационной теории для решения прикладных задач в области связей с общественностью в условиях современной информационной среды. Рассматривается медиатизация локального инцидента в контексте диалектики медиатизационных уровней, раскрывается категория медиатизационного потенциала локального инцидента.

Ключевые слова: связи с общественностью, теория медиатизации, локальный инцидент, медиатизационный потенциал инцидента, микромедиатизация.

Современный специалист по связям с общественностью решает множество задач, связанных с информационной активностью, исходящей от либо реализуемой в отношении базисного субъекта PR. Существующий для этого инструментарий достаточно разнообразен: управление повесткой дня, спин-докторинг, ньюсджекинг, создание вирусного контента и т.д. Однако изменчивость социальной и информационной среды диктует необходимость более тщательного изучения процессов и результатов информационного взаимодействия. Особую роль здесь играет теория медиатизации [3], позволяющая точнее понять внутреннюю логику развития информационных противостояний, разворачивающихся в сетевом медиапространстве с характерным набором акторов, агентов и совокупностью связей между ними. Традиционно медиатизацию рассматривают в контексте «большой медиатеории» или в политических коммуникациях, однако для бизнес-коммуникаций и PR, как мы полагаем, ее объяснительный потенциал недооценен.

Изучение медиатизационных процессов требует выделения макро-, мезо- и микромедиатизации [1]. Последняя активно развивается с приходом технологической платформы Web 2.0, способствующей расширению числа субъектов медиатизации и их функционально-ролевого репертуара. Обозначим наше понимание диалектики медиатизационных уровней. В основе микромедиатизации лежит значимое для стейкхолдеров событие, локальный инцидент (реальное или воспринимаемое как реальное событие, затрагивающее потребности/интересы/ценности, создающее проблемную ситуацию, риски или угрозу для ограниченного круга социальных субъектов, при этом не замеченное широкой общественностью и ключевыми политическими институтами или воспринимаемое ими как незначительное). В процессе медиатизации информационное представление о событии трансформируется: увеличивается его масштаб, усложняется структура вовлеченной аудитории, расширяется дискурс инцидента. В результате инцидент как локальный информационный повод медиатизируется и в контексте коммуникативного потенциала приобретает новое качество микромедиатизированного инцидента. Далее возможны мезо- и макромедиатизация самого инцидента либо вписывание его в логику внешней мезо- или макромедиатизации, разворачивающихся в пределах текущего хронотопа.

Важной категорией выступает медиатизационный потенциал инцидента – показатель, характеризующий меру возможности медиатизации инцидента, т.е. его превращения в значимый информационный повод, ключевую позицию повестки дня в традиционных и онлайн-медиа, социальных медиа, блогосфере. Сюда же отнесем меру возможности запуска информационной Web-волны [2].

Определение границ медиатизационного потенциала – задача, стратегически значимая. Возможность спрогнозировать траекторию медиатизации инцидента означает возможность влиять на результаты этой медиатизации, выбирать те или иные стратегии и тактики. При анализе медиатизационного потенциала необходимо учитывать совокупность внешних и внутренних факторов: и объективные структурно-типологические параметры инцидента, и характеристики среды, и специфику сферы. Это возвращает нас к анализу связи между микро-, мезо- и макромедиатизацией. Так, на уровне макромедиатизации мы говорим об институциональных процессах, которые отражаются в общественной повестке (например, медиатизация религии выражается в формировании религиозного медиадискурса и общих принципов его функционирования). Мезомедиатизация – медиатизация social issues, формирует общее представление о проблеме, ее отдельных аспектах, возможных вариантах и перспективах решения, задает рамки и ценностные ориентации, увязывает конкретную проблему с некоторым набором установок, смыслов, фреймов (в ряде случаев – противоречивых). Эти уровни медиатизации формируют условия и контекст, в котором разворачивается микромедиатизация. Инциденты, медиатизированные в наивысшей степени (достигшие серьезного масштаба или имеющие длительный медиатизационный шлейф), становятся частью медиатизационных процессов более высокого уровня.

Литература

1. Гавра Д. П., Савицкая А. С. Медиатизация повседневности: к вопросу выработки операциональной категории // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения. СПб., 2020. Т. 2. С. 57–58.

2. Ли Ч., Бернофф Д. Взрывная Web–волна. Как добиться успеха в мире, преображенном интернет-технологиями. М., 2010.

3. Mediatization: Concepts, changes, consequences / Ed. by K. Lundby. New York, 2009.