Алена Сергеевна Савицкая

Санкт-Петербургский государственный университет

a.savitskaya@spbu.ru

**Медиатизация локального инцидента: методические аспекты исследования**

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

Работа посвящена методическим аспектам проведения исследования медиатизации локального инцидента. Обоснована значимость фрейм-анализа в контексте изучения медиатизационных стратегий и коммуникативных практик сетевых агентов медиатизации.

Ключевые слова: медиатизация, локальный инцидент, фрейм-анализ, агенты медиатизации, сетевая медиатизация.

В то время как общая теория медиатизации развивается в контексте осмысления макропроцессов [2], прикладные аспекты медиатизационной теории вполне успешно встраиваются в актуальную повестку и исследовательскую практику специалистов по управлению медиакоммуникациями. Уровневый подход к медиатизационной теории (выделение макро-, мезо-, микро- медиатизации) позволяет помещать в фокус исследования локальные (ограниченные по времени и масштабу) инциденты, способные в ходе медиатизационной трансформации обретать новые онтологические характеристики и запускать процессы, имеющие значимые социальные и политические последствия.

История знает множество событий, маловажных на первый взгляд, но приведших к существенным, а иногда и катастрофическим социальным переменам. Однако в данном случае речь идет о медиатизации инцидента как о технологии, инструменте, процессе, которым можно управлять.

Информационно-коммуникативные технологии XXI в. обеспечили несколько важных условий для развития этой технологии: возможность накопления коммуникативного капитала (размещение контента в публичном пространстве, доступном сколь угодно большому количеству человек), учета и измерения коммуникативного капитала (фиксация просмотров, лайков и репостов и т.д.), возможность конвертации коммуникативного капитала в иные формы ресурсов (монетизация и т.д.). Разумеется, речь идет не только об экономическом капитале – конечной точкой приложения медиатизационных усилий может стать и обретение ресурса власти, оказание давления на политические институты и т.д. Причем уровень доступности этих возможностей автоматически увеличивает число реальных и потенциальных агентов медиатизации (особенно сетевой), реализующих различные стратегии и конкурирующих друг с другом за внимание аудиторий. В результате вопрос изучения поведения агентов медиатизации обретает научную и практическую значимость и требует соответствующего методического обеспечения.

Исследование стратегий и коммуникативных практик сетевых агентов в условиях медиатизации локальных инцидентов может проводиться посредством контент-анализа медиатекстов с опорой как на количественные, так и на качественные критерии. Последние необходимы, чтобы решать следующие задачи: диагностировать наличие намеренной искусственной медиатизации; выявлять и типологизировать круг агентов медиатизации и, наконец, определять их стратегии. Для этого целесообразно применять две взаимосвязанных категории: оценку тональности медиатекста (включая используемый набор средств ее формирования [1]) и присутствующие в медиатекстах фреймы. Хотелось бы подчеркнуть важность фрейм-анализа для корректного исследования медиатизационных процессов. Здесь мы понимаем фрейм как базовую организующую идею новостного контента, которая позволяет определенным образом выстроить контекст и обеспечить необходимую интерпретацию событий за счет отбора, усиления, исключения и уточнения приводимой информации [3]. Наличие нескольких конкурирующих фреймов дает возможность для эскалации и производства конфликтного медиадискурса, что резко усиливает медиатизационный и мобилизационный потенциал локального инцидента, позволяет привлечь внимание все большего числа пользователей. Ключевым маркером интенциональной медиатизации становится рефрейминг, в результате которого инцидент переводится в новую ценностную плоскость, а внутренняя логика его развития искажается.

Анализ активности сетевых агентов, с точки зрения поддержания, замещения или разрушения ими фреймов в совокупности с оценкой используемого речевого инструментария, дает возможность прогнозировать развитие медиатизационных процессов и вырабатывать стратегии противодействия.

Литература

1. Гавра Д. П., Быкова Е. В. Медиатизированная мобилизация протеста в социальных сетях: алгоритмы построения речевых стратегий // Вестник Московского ун-та. Серия 10: Журналистика. 2021. № 2. С. 3–24.

2. 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.

3. Weaver D. H. Thoughts on Agenda Setting, Framing and Priming // Journal of Communication. 2007. Vol. 57. № 2. P. 142–147.