

«О МЕДИА(ТИЗА)ЦИИ ВСЕГО»: СОНЯ ЛИВИНГСТОН И ЕЕ ПРОГРАММНАЯ СТАТЬЯ

Сергей Давыдов
(научный редактор перевода)

Медиа и коммуникации как направление междисциплинарных научных исследований находится в России на пути к институционализации, и этот не путь не обещает быть легким и быстрым. Поэтому неудивительно, что корпус переводов ключевых теоретических текстов в данной предметной области на русский язык неполный и нерепрезентативный.

Некоторым авторам откровенно повезло. В их числе Мануэль Кастельс: почти каждая его новая книга находит дорогу к русскоязычному читателю. Пришлось подождать любителям Николаса Лумана и – несколько дольше – Маршалла Маклюэна, теперь их основные сочинения есть и на русском. Совсем недавно Лев Манович представил перевод своей знаменитой работы «Язык новых медиа». Через 15 лет после публикации на английском, и все же...

Тех, кому не повезло быть переведенными на русский, значительно больше. Дискуссия о том, кто из них является наиболее достойным, не входит в наши планы; мнения могут быть разные. Британский исследователь Соня Ливингстон, бесспорно, из числа достойных. И хотя она, несмотря на известность и авторитет в академической среде, могла бы не попасть в число лидеров конкурса «читательских симпатий» нашего журнала, перевод именно ее текста «О медиации всего» мы считаем важным предложить вашему вниманию. На это есть несколько причин.

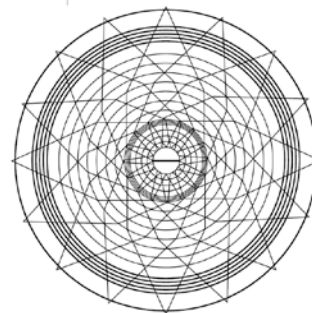
Во-первых, медиация (медиатизация) – концепт, принципиально важный для понимания современных коммуникационных и – шире – социальных процессов. Кроме того, это концепт востребованный. Некоторые авторы работают с ним весьма тонко и внимательно, например, В.П. Коломиец или Е.Г. Ним . Однако, весьма часто в научных текстах – как отечественных, так и зарубежных – это слово используется без какой-либо рефлексии, как понятное «по умолчанию». Именно эта хорошо знакомая нам ситуация становится для С. Ливингстон основанием «сделать паузу» и обратить на обсуждаемое понятие пристальное внимание.

Во-вторых, не претендуя на создание «теории медиации», Соня Ливингстон предлагает всестороннее и глубокое исследование выбранного явления в формате недлинной журнальной статьи. Последнее весьма ценно. Тот случай,

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



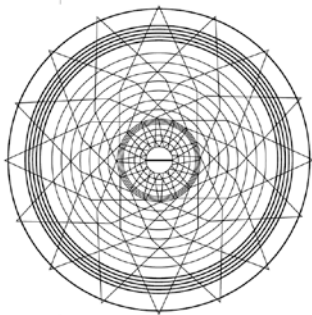
когда инвестировать время и в перевод текста, и в знакомство с ним, безусловно, целесообразно.

Наконец, в-третьих, в своем исследовании С. Ливингстон использует действительно междисциплинарную методологию, а именно: элементы лингвистического, исторического, социально-философского, социокультурного анализа. При этом автор твердо занимает позицию исследователя медиа и коммуникаций, противопоставляя ее представителям так называемых «Факультетов –Ологии». Таким образом, публикуемая статья – еще и отличный пример в своем исследовательском жанре.

Несколько слов об авторе. Соня Ливингстон – выпускница Оксфорда, в 1987 г. защитившая в своей alma mater докторскую диссертацию на тему «Социальные знания и структура программ в репрезентациях телевизионных персонажей». Однако академическую карьеру она связала с другим британским университетом – Лондонской школой экономики. Сотрудничество с последней в качестве преподавателя она начала 27 лет назад. В 2003 г. она перешла на создаваемый Факультет медиа и коммуникаций, на котором и продолжает работать, периодически принимая приглашения выступить в качестве приглашенного профессора от различных высших учебных заведений.

На счету С. Ливингстон в качестве автора или редактора более 20 книг, посвященных проблемам телевизионной или Интернет-коммуникации, анализу аудитории, в том числе – детской и юношеской. Три из них написаны в соавторстве с другим выпускником Оксфорда, известным британским исследователем массовых коммуникаций П. Лантом, в настоящее время – профессором медиа и коммуникаций Университета Лейстера: «Массовое потребление и персональная идентичность: повседневный экономический опыт» (1992), «Телевизионные дискуссии: участие аудитории и общественные дебаты» (1994), «Регулирование медиа: управление и интересы граждан и потребителей» (2012). В 2016 г. вышла книга «Класс: жить и учиться в цифровую эпоху» (2016, совместно с Дж. Сефтон-Грин, профессором Университета Дикина, Австралия), основанная на результатах исследовательского проекта «Класс», спонсором которого выступил Фонд Макартуров. В настоящее время Соня Ливингстон занимается реализацией проекта-продолжения – «Готовясь к цифровому будущему».

Текст «О медиации всего» был представлен в 2008 г. в качестве доклада-обращения к членам Международной ассоциации коммуникаций (ICA) – одного из крупнейших и авторитетных объединений ученых в данной предметной области, президентом которого Соня Ливингстон на тот момент являлась. Позднее, в переработанной версии, он был опубликован в № 1 тома 59 Журнала



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

коммуникации (*Journal of Communication*)¹. Именно эта публикация послужила основой для настоящего перевода.

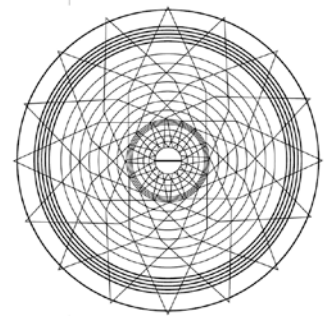
В заключение хотелось бы сказать несколько слов о трудностях перевода – или, если дословно, потерях при переводе. (“Lost in Translation” – название фильма американского режиссера С. Копполы и одного из разделов этой статьи.) При проведении исследования у С. Ливингстон не было консультанта-носителя русского языка, поэтому возникла лакуна, которую мы считаем необходимым заполнить. Наиболее близким по смыслу к понятию “mediation” является «медиатизация». Слово «медиация» используется преимущественно как правовой термин; в этом русский язык близок болгарскому. Однако С. Ливингстон проводит различие между mediation и mediatization, термином из немецкой политической истории; кроме того, некоторые англоязычные авторы употребляют слово mediatization в основном значении mediation. Чтобы сохранить и передать терминологические нюансы оригинала, во всех случаях “mediation” переведено нами как «медиация», “mediatization” – как «медиатизация».

¹ Перевод выполнен по: Livingstone, Sonia (2009) On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of communication*, 59 (1). pp. 1-18. doi:10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x (Прим. редактора перевода.)

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



О МЕДИАЦИИ ВСЕГО

Ливингстон С.

Профессор социальной психологии, Департамент
медиа и коммуникаций, Лондонская школа
экономики (Великобритания)
s.livingstone@lse.ac.uk

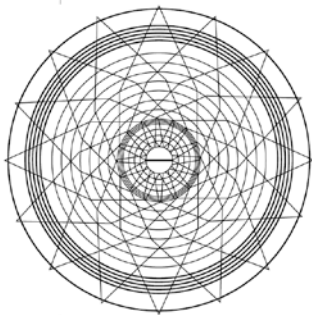
Переводчики:

Анна Волкова и Юлия Черненко

Аннотация:

Поскольку наша предметная область выходит за рамки традиционного дуализма массовых и межличностных форм коммуникации, охватывая новые, интерактивные, сетевые формы коммуникации, влияние которых можно обнаружить во многих сферах современной жизни, часто можно услышать мнение, что «все медиировано», и происходящие изменения имеют историческую значимость. В данной статье разбирается это имеющее риторическую силу высказывание. Сначала проводятся параллели с другими процессами медиации (например, с языком, деньгами, мифами). Затем поднимаются ценностные вопросы, поскольку, в отличие от других форм медиации, роль медиа трактуется скорее отрицательно, чем положительно. И, наконец, отмечается, что трудности перевода слова «медиация» на другие языки приводят к определенной концептуальной путанице. Для прояснения картины я противопоставляю термины «медиация» и «медиатизация», которые, упрощенно говоря, соответствуют ситуационному и историческому факторам и осмысляются прежде всего, соответственно, на микро и макро уровнях анализа. Далее я выступаю в пользу широкого понимания медиации, охватывающего процессы, которые также называют медиатизацией, медиацией или медиализацией. В качестве иллюстрации приводится анализ утверждения о «медиатизации детства». В заключении сделан вывод о том, что вследствие отдельных аспектов концепции медиации исследователям коммуникации, утверждающим, что «все медиировано» необходимо принимать во внимание определенные эмпирические, исторические и политические последствия соответствующего процесса.

Ключевые слова: медиатизация, медиация, медиатизированное детство, медиа и коммуникация.



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

Введение

«Никакая часть мира, никакая область человеческой деятельности не остались вне сферы влияния новых медиа. Общества во всем мире трансформируются в лучшую или худшую сторону под воздействием глобальной медийной и информационной среды. То же происходит и с повседневной жизнью их граждан. Национальные и субнациональные формы социальной, политической и экономической интеграции и изоляции трансформируются вследствие роста зависимости от информационных и коммуникационных технологий, медирующих едва ли не каждое направление общественной жизни».

С этой фразы начинается наша с Лией Ливроу новая книга «Основные труды по новым медиа» (*Major Works in New Media*) (Lievrouw, Livingstone, 2009). Нечто подобное писали многие исследователи медиа и коммуникаций. В этой статье я бы хотела остановиться и задаться вопросом, что же мы имеем в виду, утверждая, что информационные и коммуникационные технологии отныне медируют все направления общественной жизни? Может быть, этот фрагмент текста – всего лишь вводное пустословие? Может быть, это риторический прием, призванный убедить сомневающихся? Или же акцент на медиации знаменует новое направление в теории?

Полагаю, в цитируемом фрагменте содержится нечто большее по сравнению с вводными текстами, которые мы писали 20 или 30 лет назад. Итак, что же изменилось – и в мире как таковом, и в нашем его понимании? Следует ли в конце названия этой статьи поставить знак вопроса? Рассматривая утверждения о предположительной медиации всего, я ставлю дополнительную цель – показать, как стремительно трансформируется наше предметное поле, адаптируясь к потребностям международного и многоязычного диалога, росту многообразия медийных форм и институтов, а также изменению области критики.

Меняющееся предметное поле

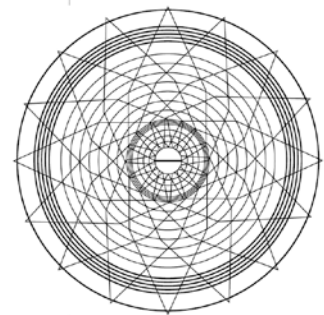
Рассмотрим, как менялись названия книг. Приведем несколько примеров, характерных несколько десятилетий назад: *Массовая коммуникация и общество*, *Массовая коммуникация и здравоохранение*, *Телевидение и ребенок*, *Телевидение и публичная сфера*, *Телевидение и публика* и т.д.² В целом, формат следующий: «Массовая коммуникация и...», «Телевидение и...». А теперь возьмем примеры со словом «Медиированный...»: *Медиированная политика*, *Медиация власти*, *Медируя нацию*, *Медируя семью*, *Медируя*

² См., например: Atkin & Wallack (1990), Bower (1973), Curran, Gurevitch, & Woollacott (1977), Dahlgren (1995), Himmelweit, Oppenheim & Vince (1958).

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



культуру, *Медиированный пол*³. Складывается впечатление, что мы перешли от социального анализа, в котором масс медиа представляют собой один из влиятельных, но независимых институтов, изучать взаимоотношения которых с медиа полезно, к социальному анализу, в котором все медиировано. Следовательно, все влиятельные социальные институты сами по себе были трансформированы, воссозданы под влиянием современных процессов медиации. На этом настаивает Кастельс (Castells, 2000: 24), утверждая, что в сетевом обществе «политические институты больше не являются средоточием власти. Настоящая власть — это власть инструментальных потоков и культурных кодов, встроенных в сети».

В соответствии с более ранней моделью, исследования медиа и коммуникаций рассматривают взаимоотношения между медиа и политикой, тогда как в рамках других дисциплин анализируется взаимосвязь между политикой и окружающей средой или обществом и семьей. Однако, в мире с высоким уровнем медиации невозможно анализировать связь между политикой и окружающей средой или обществом и семьей, не признавая также важность медиа, ведь все эти сферы и их пересечения стали медиированными. Итак, общим местом стало высказывание Томпсона «о природе личности, опыта и повседневной жизни в медиатизированном мире» (Thompson, 1995)⁴. Или же Сильверстоун, указывая на «навязчивую повсеместность медиа», утверждал, что «политика, как и опыт, больше не может рассматриваться вне рамок медиа» (Silverstone, 2005). Или, опять же, вспомним изящное высказывание Скэннелла (Scannell, 1988: 28) о национальных системах вещания: «Их первоочередная задача — медиация современности».

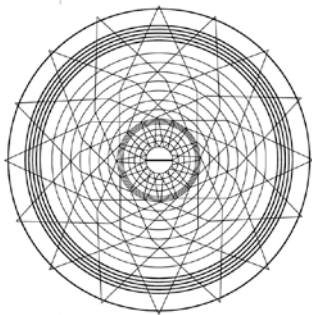
Это примеры по-настоящему громких заявлений, которые сталкиваются с апатией и даже возражениями других. Общество, в целом, и администрации университетов, в частности, не придают большого значения нашему предметному полю. И похоже, что коллеги из факультетов политологии, социологии, психологии и экономики выполняют свою работу, не слишком часто заглядывая к нам в гости или обращаясь к нашей области исследования. Отсюда риторическая интенция моего вступительного абзаца, поскольку у нас, сотрудников факультетов медиа и коммуникаций, есть амбиции не только защитить свое предметное поле, но и распространить его на те сферы, которые традиционно исследуются в рамках других научных дисциплин.

Трудности перевода

Чтобы показать изменчивость нашего предметного поля, названий книг недостаточно. Перейдем к рассмотрению нарастающих сложностей с

³ См.: Anselmi & Gouliamos (1994), Bennett & Entman (2001), Davis (2007), McNair (1996), Madianou (2005), Tincknell (2005).

⁴ Обратим внимание, что Томпсон использует термин «медиатизация», а не «медиация».



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

употреблением знакомых терминов наряду с тенденцией появления новых. Несколько лет назад наши ассоциации, журналы и факультеты занимались ребрендингом, вместо «массовой коммуникации» вставляя в свои названия «медиа и коммуникации» или что-то в этом роде. Более того, появляются новые концепты: «медиация», «медиатизация», «медиализация», «медиазация», «ремедиация», «медиативный поворот» и так далее.

Эти терминологические вопросы имеют несколько источников. Для одних авторов они отражают попытку переосмыслить проблемы власти медиа в случае процессов с богатым контекстом, когда линейные модели медийных эффектов или воздействия не работают (критику трансмиссионной модели см. у Кэри (Carey, 1989)). Для других меняется не столько теория, сколько техника – возникают новые медиа, заново медируются старые медиа и, конечно, межличностные коммуникации. Таким образом, в своей классической статье о «медиированной межличностной коммуникации» Кэткарт и Гумперт (Cathcart & Gumpert 1983: 271) используют термин «медиация» для обозначения все шире распространяющихся технических средств, которые использовались «для преодоления ограничений времени и пространства». «Медиация» позволяет нам не только избежать фокусировки внимания на отдельных медиа (радио, пресса, телевидение и т. д.), что полезно для конвергентной культуры (Jenkins, 2006). Более существенно то, что она позволяет осознать, что социальные и технические изменения трансформируют сдвоенный центр предметного поля коммуникации — массовую коммуникацию и межличностное общение, что приводит к диверсифицированным и гибридизированным процессам медиированной коммуникации (см. раннюю публикацию на эту тему, оказавшую влияние на последующих авторов, у Андерсона и Мейер (Anderson & Meyer, 1998), а также современный анализ у Кардозо (Cardoso, 2008)).

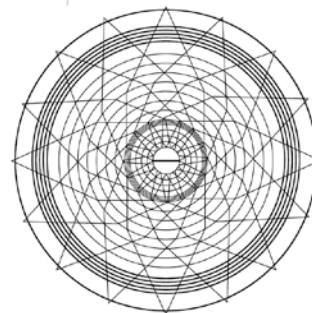
Однако, новые термины возникают еще и потому, что исследования коммуникаций все больше включаются в ситуацию глобального, многоязычного диалога⁵. В английском языке «медиация» была «переориентирована» со старого значения, связанного с примирением сторон, к акцентированию внимания на медиа. Это стало возможно благодаря счастливому совпадению терминов, используемых для обозначения ситуации объединения разрозненных элементов и средств коммуникации. Конечно, это не случайность, и все же подобный эффект наблюдается отнюдь не во всех языках. Например, мой коллега из Словении указывает на трудность перевода концепта медиации.

⁵ Наученная своим предшествующим опытом перевода терминов «аудитории» и «публики» в рамках Европы, я спросила коллег, как переводится на их родные языки слово медиация. Спасибо Nico Carpentier, Carmelo Garitonandia, Ingunn Hagen, Uwe Hasebrink, Josiane Jouet, Lucyna Kirwil, Bojana Lobe, Jivka Marinova, Kjartan Ólafsson, Pille Pruulmann-Vengerfeldt, Cristina Ponte, Gitte Stald и Václav Štětko. См. параллельное обсуждение перевода «аудитории» и «публики» в Livingstone (2005), и о трудностях перевода «грамотности» и «медиаграмотности» в Livingstone (2008a).

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего

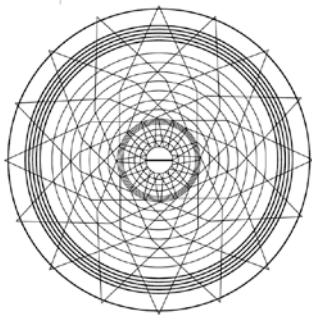


Буквальный перевод — *посредованье, посредвати* (посредничать, вмешиваться), но это не имеет никакого отношения к медиа и коммуникации. С ним соглашается мой польский коллега: это юридический термин, не больше и не меньше. Или, как недавно сообщил мне на лекции студент из Тибета, медиатором в его деревне называют сваху. По словам моего исландского коллеги, медиация переводится как *midlun*, что означает передавать информацию или обмениваться ею с другими. Однако, он также напомнил мне, что это слово связано с термином *midill* (медиум), используемым для обозначения как масс медиа, так и человека, который может общаться с мертвыми.

В португальском языке *mediasofo* - научный термин, обозначающий ведение переговоров между производителями и потребителями; правда, это не распространенное значение, и в английском языке оно отсутствует. Далее, хотя моя болгарская коллега считает медиацию правовым термином, обозначающим разрешение споров, она признает, что слово медиатизация может означать публикацию, медийную репрезентацию темы. Эстонский коллега строго заметил, что будучи человеком, для которого английский язык не является родным, он не видит большой разницы между терминами «медиация» и «медиатизация». Последним, кто высказался на этот счет, был коллега из Франции. Он заметил, что по-французски медиация будет *médiation*. Впрочем, немало по этому вопросу могли сказать мои немецкие коллеги, причем их комментарии были бы актуальны также для стран Скандинавии. Действительно, если медиация (*Vermittlung*) в германских языках обычно используется как юридический / нормативный термин, означающий поиск дискурсивных решений в спорах, *Mediatisierung* (медиатизация) и *Medialisierung* (медиализация) — названия процесса возрастающего влияния медиа технологий и медийных организаций на повседневные практики и социальные отношения.

За рамками семантической путаницы

Не будучи лингвистом, я делаю здесь три вывода. Во-первых, кальки с концептуальных терминов, используемых в английском, в некоторых языках непонятны и сбивают с толку. Не подлежит сомнению, что у этих слов есть эквиваленты, однако при организации обсуждений на международном уровне мы должны заботиться о переводе в обе стороны, иначе возникает риск смысловых потерь. Работа с коллегами из зарубежных стран научила меня, что недостаточная четкость в формулировании содержания понятий приводит к проблемам, поскольку люди будут использовать значения из обыденного языка, что приведет к путанице. Возможно, именно это побудило МакКейла (McQuail, 2006: 115) дать последней обзорной статье название «О медиатизации войны». В ней термин «медиатизация» используется как собирательный для обозначения всех тех путей и способов, посредством которых медийные и военные практики оказываются связанными между собой. При этом автор замечает, что не может



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

предложить теоретически и эмпирически обоснованную «цепь рассуждения» применительно к влиянию медиа на войну и/или наоборот. Его разочарованность отсылает к обычной реакции на эти термины, которую я часто встречаю у своих студентов. А именно, последние часто оказываются сбиты с толку в случаях, когда необходимо четко охарактеризовать властные отношения.

Во-вторых, мой небольшой лингвистический экскурс позволяет предположить, что в обыденном языке приоритетным значением понятия медиация является посредничество, ведение переговоров и устранение конфликтов. Как правило, это слово имеет позитивную коннотацию — медиация означает выработку взаимопонимания и достижения договоренностей в конфликтных ситуациях. Когда медиатор устраивает брак или смягчает боль от развода, общество, как правило, очень ценит эту роль. Однако, в наших исследованиях медиа и коммуникаций, пользуясь академическим английским языком, мы часто меняем данную оценку на противоположную. Без сомнения, в некоторых ситуациях мы наслаждаемся креативным использованием медиа некоторыми людьми, действующим вопреки ожиданиям ведущих операторов услуг связи, а также приветствуем способы объединить людей в разных уголках земного шара, преодолев ограничения межличностных коммуникаций. В таких случаях мы связываем роль медиа в процессах медиации с изменениями к лучшему. Но гораздо чаще мы задаемся вопросом, кто контролирует медиа структуры, глобальная корпорация или государство, и критически анализируем процесс подчинения, формирования медиа коммуникаций под воздействием неумолимой логики глобального капитализма: коммерциализация, стандартизация, приватизация, поглощение, надзор и прочее. В этих случаях мы отмечаем роль медиа в негативных институциональных изменениях. Например, Томпсон (Thompson, 1995: 213) выделяет четыре негативных последствия для личности тех процессов, которые он называет «медиазацией»:

«(1) медиированное навязывание идеологических сообщений; (2) двойное послание⁶ зависимости от медиа; (3) дезориентирующий эффект символической перегрузки; (4) поглощение личности в процессе медиированного квази-взаимодействия».

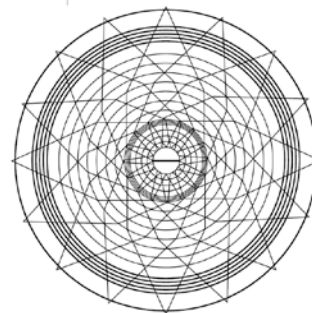
В центре утверждения о “срединном положении между объектами” находится гегельянский аргумент об отсутствии чистого опыта до медиации (современный вариант аргумента см. у Вэйти (Waite, 2003)). Следовательно, да, все медиировано; в названии моего доклада знак вопроса не нужен. Герген приводит аргумент, за которым стоит долгая традиция: «Язык возникает -

⁶ Имеется виду описанная Г. Бейтсоном коммуникативная ситуация, при которой субъект параллельно получает сообщения, противоречащие друг другу. См.: Бейтсон Г. Экология разума. М.: Смысл, 2000. (Прим. научного редактора.)

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего

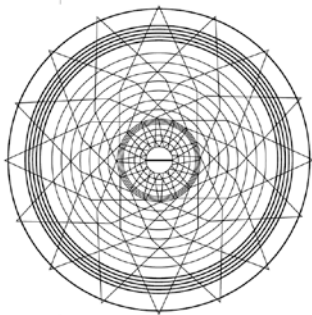


приобретает значение - через согласованные отношения между людьми. Именно посредством языка люди обретают пути понимания мира и самих себя» (Gergen, 2002: 228). Таким образом, когда Сильверстоун (Silverstone, 2005: 188) заметил, что язык — хрестоматийный пример медиации, предшествующий кейсам медиации медиа, он осознанно предложил сильную аналогию. Тогда, перефразируя Гергена, мы можем утверждать, что, как и язык, сегодняшние медиа приобретают значение благодаря согласованным человеческим действиям. И, в то же время, люди постигают мир и свое место в мире через медиа. Медиация работает в обе стороны.

С этой точки зрения, нам нужны исследования медиа и коммуникаций, чтобы понимать, как медируют медиа. По сходным причинам нам нужна лингвистика, чтобы понимать, как медирует язык, экономика — чтобы понимать, как медируют деньги, литература — чтобы понимать, как медируют нарративы и мифы, а исследования потребления — чтобы понимать, как медируют материальные блага. Возможно, как и эти дисциплины, мы заинтересованы в самих процессах медиации в первую очередь потому, что они раскрывают изменяющиеся отношения между социальными структурами и агентами, а не рассказывают нам о «медиа» как таковых. Действительно, вопреки периодически возникающему недопониманию со стороны коллег с «Факультета «-Ологии»», считающих, что нас интересует только ситуативный, меняющийся набор технологий, которые медируют эти фундаментальные темы (телевидение, мобильные телефоны, Интернет, игры, сети и т.д.), цель Департамента медиа и коммуникации на весьма крупном «Факультете «Медиации»», который я здесь кратко обрисовала, состоит в том, чтобы выявить особое отношение современных медиа к вопросам общефакультетского значения, связанным с демократией, культурой, обществом, коммуникацией, идентичностью, неравенством и властью.

Медиация и медиатизация

На третий вывод, который я делаю из лингвистической путаницы, речь о которой шла выше, наталкивает тот факт, что департаменты медиа и коммуникации, как правило, находятся в числе новейших структур этого факультета. В немецкой традиции «медиатизация» — исторический концепт, отличный от того, который связывает медиа и медиацию в повседневных коммуникативных ситуациях (см. об этом у Ландби (Lundby, 2008)). Кроц (Krotz, 2008) определяет медиатизацию, как один из четырех базовых мета-процессов, которые сформировали и продолжают формировать современность — наряду с глобализацией, индивидуализацией и особенно коммерциализацией (обзор дискуссий вокруг этих базовых процессов см. в книге Бека, Гидденса и Лэша (Beck, Giddens, & Lash, 1995)). Кроц объясняет:



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

«Под медиатизацией мы понимаем историческое развитие, которое происходило и до сих пор происходит в результате изменений в сфере (коммуникационных) медиа, а также последствий этих изменений» (Krotz, 2008: 23).

Чтобы не оказаться в рамках технологического детерминизма (Mackenzie & Wajzman, 1999), он осторожно добавляет, что хотя медиатизация изменяет человеческую коммуникацию, предлагая новые возможности коммуникации между индивидами, экономиками, обществами и культурами, тем не менее, этот процесс - «дело рук человеческих» (Krotz, 2008: 23).

Я была несколько озадачена неуклюжим английским неологизмом «медиатизация», пока не узнала о немецких Законах о Медиатизации, принятых в начале XIX столетия, когда земли Священной Римской Империи были «медиатизированы» Наполеоном⁷. Если коротко, для множества независимых городов, принцев и архиепископов, которые ранее несли ответственность за свои земли непосредственно перед Императором, Наполеон учредил региональные власти промежуточного уровня. В Википедии приведено следующее объяснение:

«Медиатизация, в широком смысле, представляет собой вхождение одной монархии в другую монархию, при котором правитель аннексированного государства сохраняет свой суверенный титул и, в некоторых случаях, определенную долю местной власти»⁸.

Можно подумать, что к медиа это не имеет никакого отношения, за исключением медиации как посредничества между определенными сторонами, возможно, находящимися в состоянии конфликта. Однако сегодня медиа не только находятся между некоторыми и всеми членами общества, но и, что особенно важно, присваивают значительную часть имеющейся у них власти, медиатизируя — подчиняя себе ранее могущественные институты: правительство, образование, церковь, семью и т.д. История, в том числе история медиа, развивается от не медиатизированного к медиатизированному. Рассмотрим определение медиатизации, данное Хьявардом (Hjvard, 2008: 13):

«В более ранних обществах такие социальные институты, как семья, школа или церковь, были важнейшими источниками информации, традиции и моральных ориентиров для каждого отдельного индивидуума. Сегодня эти институты потеряли часть своего бывшего влияния, и медиа в некоторой степени присвоили себе их роль источника информации и моральных ориентиров, в то же время став для общества основным рассказчиком о самом себе».

Параллели между двумя взглядами на медиатизацию выглядят убедительно; складывается впечатление, что мы рассказываем 200-летнюю историю от Наполеона до Руперта Мердока. Однако, несмотря на власть Мердока и других

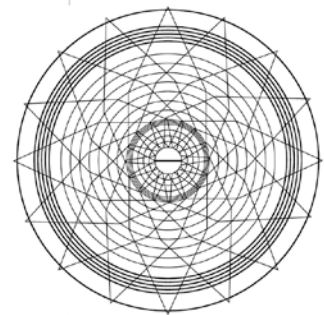
⁷ Спасибо Родни Ливингстону за то, что обратил на них мое внимание.

⁸ См.: <http://en.wikipedia.org/wiki/Mediatization>. Дата последнего доступа: 25 августа 2008 г.

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего

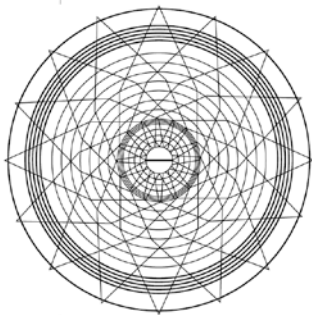


медиа-магнатов, для теоретиков медиатизации это прецедент, позволяющий вернуть в мой заголовок вопросительный знак. На эмпирический вопрос о том, в какой мере медиа фактически присвоили власть традиционных институтов, ответ пока не получен. Говоря о политике, Маццолени и Шульц (Mazzoleni & Schulz, 1999: 247) высказывают точку зрения, что это произошло лишь отчасти: «Лучшая характеристика сегодняшней ситуации — это “медиатизация”, при которой зависимость политических институтов от видоизменяющих их масс медиа многократно возросла. Тем не менее эти институты оставляют за собой контроль политических процессов и функций» (см. также у Кепплингера (Kepplinger, 2002)). Короче говоря, оценка уровня, характера и последствий медиатизации всего и вся - политики, образования, семьи, религии, личности - это огромная задача, решить которую нам еще предстоит⁹.

Пока наше понимание медиатизации остается незавершенным, продолжающимся историческим проектом, важность медиации – в понимании Хьярварда, Кроца и др. – находится под сомнением. Подчеркивая, что «медиатизацию не следует путать с распространенным феноменом медиации», Хьярвард (Hjavarud, 2008: 14) предупреждает, что «медиация сама по себе может не иметь никакого влияния на социальные институты». Подобным образом, Кроц (Krotz, 2008: 17) соглашается с теоретиками медиации, что «люди существуют благодаря и зависят от взаимодействия, коммуникации и социальных отношений», однако он вовсе не убежден в обратном, а именно, что человеческие действия видоизменяют коммуникацию, особенно в той мере, чтобы это имело влияние за пределами человеческой жизнедеятельности. Поэтому представляется, что теоретики медиатизации не предполагают прибегать к повседневным процессам медиации для объяснения ограничений или неожиданных открытий, относящиеся к процессу медиатизации.

Однако, вместо того, чтобы противопоставлять друг другу эти и производные термины (Couldry, 2008), я предлагаю исследователям выбрать в этом семантическом поиске новых формулировок разные отправные точки, чтобы сделать не один, а сразу два важных вывода. Во-первых, медиа медируют, встраиваясь в обыденные и повсеместно распространенные отношения между индивидуумами, а также индивидуумами и обществом, одновременно формируя их; и во-вторых, *в результате*, медиа медируют с положительным или отрицательным эффектом, однако сильнее, чем когда бы то ни было ранее. Я пишу по-английски, и предпочитаю считать оба этих утверждения центральными

⁹ Отметим, что таким образом для будущих исследований остается открытым вопрос, являются ли, например, политическая и социальная сферы, здравоохранение или семья медиатизированными в большей или меньшей степени, аналогичным или разными способами.



для теории медиации¹⁰, так как это позволяет не только проверять эмпирические основания каждого из утверждений, но и изучать их взаимоотношения и взаимозависимости.

Иллюстрация - пример “медиированного детства”

Позвольте проиллюстрировать мои доводы и замечания о взаимосвязях некоторыми результатами эмпирических исследований. Однажды я начала свой текст на тему “медиированного детства” (Livingstone, 1998b: 436) со следующего бытового наблюдения:

«Два восьмилетних мальчика играют в любимую мультимедийную приключенческую игру на домашнем ПК. Когда они находят в Интернете сайт, на котором можно играть в эту же игру вместе с другими, незнакомыми людьми, это становится причиной больших переживаний. Мальчики выбирают своих фантастических персонажей и пробуют разные игровые стратегии, как кооперативные, так и соревновательные, параллельно общаясь в он-лайн режиме (то есть, переписываясь) с другими игроками. Однако, когда им запрещают сидеть в Интернете из-за его высокой стоимости, игра переходит в “реальную жизнь”. Теперь мальчики вместе со своими младшими сестрами выбирают персонажей, надевают боевые доспехи и играют в “игру” по всему дому, спускаясь вниз по лестнице в Ад, к Вулканам или в Лабиринты, и возвращаясь вверх по лестнице обратно в город, “совершенствуя” правила по ходу дела. Эту новую игру они называют “игрой в Интернет”, что не находит понимания у взрослых наблюдателей».

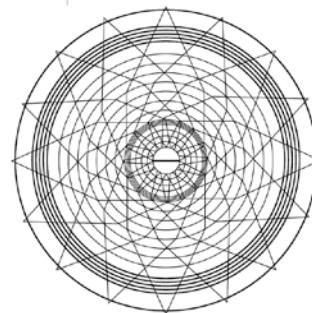
Что я имела в виду под медиацией в этом контексте? Во-первых, и это самое очевидное, что медиа вступили в очень тесную взаимосвязь с детьми и их играми. Вопреки мнению многих исследующих детство социологов и психологов, выносящих медиа, телевидение, Интернет и т.д. за рамки своих книг, включая даже предметные указатели, детство медиировано. Во-вторых, стороны, участвующие в этом взаимодействии, нельзя рассматривать отдельно друг от друга. Скорее, происходит взаимный пересмотр старых значений - нелинейный, непредсказуемый, - который изменяет детей, их игровой процесс и культурный смысл их игры. Медиа не просто добавляют новый элемент к истории, они ее преобразовывают. В-третьих, этот процесс весьма изощренный, и одновременно его легко принять как нечто само собой разумеющееся. Обычный наблюдатель может легко не заметить влияние медиасреды. Анализ медиации, таким образом, предполагает то, что Рэдвэй назвал «радикальным контекстуализмом», охватывающим весь «калейдоскоп повседневной жизни»

¹⁰ Имеет ли значение, обозначим ли мы последний процесс, как «медиатизацию», или просто будем рассматривать «растущую власть медиа», или историческую «трансформацию» роли медиа в медиации социальных процессов или институтов того или иного рода?

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



(Radway 1988: 336). Таким образом, в коммуникационной среде человека появляется возможность выявить горизонтальные и исторические связи как внутри, так и между элементами расширяющегося набора массовых и новых медиа.

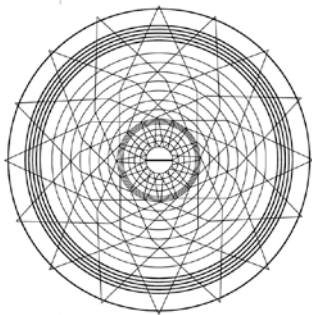
Рассматривая медиатизацию как «рост присутствия медиа в конструктах идентичности», когда «культура становится все более и более зависима от коммуникаций и медиа», Форнас (Fornas 1995: 210) похожим образом связывает возникающую цифровую герменевтику новых пользователей медиа с более ранней традицией анализа аудитории средств массовой коммуникации, утверждая, что «наше коммуникационное общество основывается на медиациях текстов и людей, в которых люди проходят мимо друг друга и встречаются друг с другом посредством текстов, подобно тому, как тексты проходят мимо друг друга и сталкиваются друг с другом посредством людей» (Fornas 1995: 104). Я думаю, что здесь Форнас испытывает влияние немецкого теоретика Изера, исследующего восприятие (Iser 1980: 106). Слова последнего оказали влияние на целое поколение исследователей аудитории:

«Исследование само по себе не может быть идентично тексту или его актуализации, но должно быть расположено где-то между ними. Оно неизбежно является виртуальным по своему характеру, так как не может быть сведено до реальности текста или до субъективности читателя, и именно из этой виртуальности наследует свой динамизм. По мере того, как читатель проходит через разные ракурсы, предлагаемые текстом, и соотносит между собой разнообразные взгляды и модели, он приводит текст в движение, и, вместе с тем, приходит в движение сам».

Чтобы уловить суть этих процессов, мы должны действовать поспешно. Как замечает Анг, особенно в тех случаях, когда радикальный контекстуализм указывает на «невозможность определить какое либо социальное или текстуальное значение за границами всей ситуации, в которой оно было произведено». Таким образом, «сложно предположить, где начать и где завершить анализ» (Ang 1996: 253).

В-четвертых, обращаясь к примеру медиации детства, я также хотела отметить, что благодаря таким малозаметным, но повсеместным элементам медиации и проявляется исторический сдвиг в понимании детства по направлению к индивидуализации, коммерциализации, глобализации и, если угодно, медиатизации (Krotz, 2008)¹¹. Чтобы поддержать это последнее, возможно, наименее очевидное утверждение, следует привести доказательства другого рода, в частности, из политической экономии производства игр, а также более

¹¹ В целом, я предлагаю рассматривать «медиацию» как более широкий термин, в обыденном языке охватывающий исторические/макро процессы, особенно подходящий защитниками термина «медиатизация». Однако, в приложении к такому списку абстрактных процессов (или –изаций) «медиатизация» бесполезна.



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

длительной истории детского игрового процесса. Рассмотрим в качестве иллюстрации следующий пример.

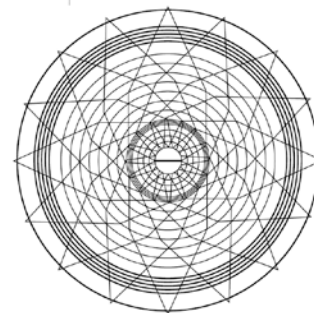
Хеллер (Heller, 2008) пишет о том, что до прихода к власти коммунистов в Венгрии пользовалась популярностью детская игра Монополия (*Monopoly*) — она называлась *Capitaly*. Потом ее запретили за пропаганду капиталистических идей и вновь переиздали в логике социализма в 1960-х годах XX века под названием *Gazdalkodj okosan!* – “Экономь с умом”. Игроки бесплатно посещали «хорошие» социалистические институты в силу их педагогической ценности (национальная галерея, зоопарк, спортивные площадки) или платили крупные суммы за посещение мест негативной морали (паб, табачная лавка, ночной клуб). Целью игры было приобрести квартиру в многоквартирном доме с базовой обстановкой, деньги надо было хранить в государственном банке. Но медиация, как всегда, сработала в обе стороны. Социалистическая версия приобрела некоторую популярность, но выжила и старая версия *Capitaly*, в нее тайно играли компании друзей. К тому же, по принципам *самиздата* изготавливались самодельные версии *Монополии*. Тем временем, на Западе критики капитализма продвигали противоположные ценности (к примеру, французская игра *Anti-Monopoly*). Ясно, что ценности медиированы всеми медиа, включая детские игрушки, и нам зачастую приходится уделять внимание скрытым процессам борьбы за власть в нашей повседневной жизни.

Современная версия этих процессов также проявилась в ходе моей последней работы, посвященной тому, как подростки пользуются социальными сетями. В этом исследовании я показываю, с одной стороны, способы творческого выражения подростками своих развивающихся идентичностей, в значительной степени сформированных социальными установками (группа сверстников, ожидаемый стиль жизни, гендерные нормы, независимость от родителей и т.д.), а с другой стороны, то, как они взаимоувязываются, ограничиваются и даже проблематизируются возможностями самих сайтов (Hutchby, 2001). В случае сайтов социальных сетей эти возможности (вероятно, фреймированные специфической логикой медиа) навязывают крайне стандартизированные форматы самовыражения, а их системные особенности - например, касающиеся приватности, - представляются подросткам чем-то «мутным» (Livingstone, 2008b). Если коротко, на пересечении молодежной грамотности и технологических возможностей возникает *медиация* идентичности и социальных отношений. Этот сюжет тоже про исторические изменения — возрастающую медиацию (то есть, *медиатизацию*) опыта, формирующего идентичность, бесплатно полученного в спальне или на пересечении улиц. Коммерциализация повседневных взаимодействий недавно проявилась во всей красе благодаря партизанской активности некоторых пользователей Facebook, направленной на защиту своей частной жизни и персональных данных, параллельно с борьбой за приватность детей между группами родителей и такими сайтами, как MySpace.

[Научные статьи]

Ливингстон С.

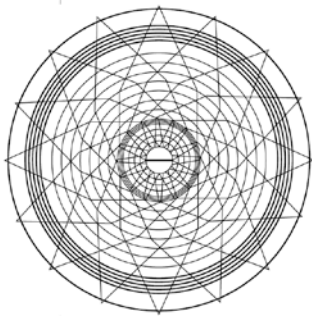
О медиатизации всего



Предметное поле детей, молодежи и медиа — лишь один из множества случаев, в которых выявление исторических ценностных сдвигов становится одним из важнейших фокусов внимания исследователей, до сих пор уделявших внимание преимущественно микро процессам (возможно, слишком универсализованным) здесь и сейчас. Некоторые амбициозные проекты уже реализуются. Например, Бэкингам, Сканлон и Сефтон-Грин (Buckingham, Scanlon & Sefton-Green 2001) анализируют обычные и новаторские способы обучения детей с помощью образовательно-развлекательных игр в контексте маркетинговых стратегий продажи компаниями-производителями «образовательных развлечений» родителям и учителям. Рейд-Уолш (Reid-Walsh 2008) исследует, как коммерческие цели создания игры *The Sims* переходят в решения разработчиков, которые затем трансформируются в игровых практиках — дети весело ищут новые способы убийства своих игровых персонажей. Дженкинс (Jenkins 2003) ищет источник движущей силы непрекращающихся процессов входа и выхода авторов фанзинов «Звездных войн» из совета директоров Lucas Entertainment Ltd.

Каждый из этих и подобных проектов может быть рассмотрен как исследование взаимного влияния микро и макро процессов с целью создания динамичного, нелинейного круговорота смыслов (Hall, 1999). Данный подход к медиации разрабатывается применительно к коммуникациям гражданского общества (Dahlgren, 2003), использованию новых медиа (см., например: du Gay, Hall, Janes & Mackay, 1997) и в других областях исследований. Так, Томпсон (Thompson 1995: 46) призывает анализировать «всеобъемлющее кумулятивное влияние на общественную жизнь медийных институтов (и их вовлеченность в круговорот символов)» — подход, который Дэвис (Davis 2007) называет «перевернутой политической экономией». Элементы круговорота могут быть разработаны в большей или меньшей степени. Однако, в комплексной медиа и информационной среде по меньшей мере необходим пересмотр традиционной коммуникационной модели «производитель информации / текст / аудитория», в которую следует включить еще три элемента новой медийной инфраструктуры: «*Артефакты или устройства, которые используются для коммуникации и передачи информации; типы деятельности и практики, в которые вовлечены люди в процессе коммуникации и распространения информации; и социальные договоренности и организационные формы, которые развиваются вокруг этих устройств и практик*» (Lievrouw & Livinstone, 2006: 2)¹².

¹² В цитируемом фрагменте мы опираемся на концепцию инфраструктуры Стар и Боукера (Star & Bowker 2002). Отметим, что подобное переплетение культуры и экономики, повседневных тактических действий и великих исторических событий предполагает, что мы если не на индивидуальном, то на коллективном уровне должны обладать высокой квалификацией в использовании различных подходов и методов (Meyrowitz, 2008).



Макро и микро

Приведенная выше полемика отчасти может быть понята эвристически с точки зрения взаимосвязи между макро и микро уровнями анализа — вечной темы в предметном поле наук о коммуникации и в социальных науках в целом. Представляется, что на карту поставлено не то, все или не все медиировано (так как это интересный, но относительно недоказуемый эмпирический вопрос), но скорее то, имеет ли это значение. Другими словами, влияет ли медиация микро процессов социального взаимодействия на макро исторические изменения в институциональных властных отношениях. Александер и Гизен (Alexander & Giesen 1987: 14) предлагают пять подходов к взаимосвязи макро и микро уровней:

«1) рациональные, целеустремленные индивиды создают общество посредством условных свободных действий; 2) интерпретирующие индивиды создают общество посредством условных свободных действий; 3) социализированные индивиды воссоздают общество как коллективную силу через условные свободные действия; 4) социализированные индивиды воспроизводят общество через трансляцию существующей социальной среды в микросферу; и 5) рациональные, целеустремленные индивиды соглашаются с обществом, так как их вынуждает внешний социальный контроль».

Хотя поначалу может показаться, что медиация относится к микро уровню, а медиатизация — к макро уровню, большинство исследователей коммуникации воздерживаются от указанных крайностей, выстраивая дискуссию вокруг трех промежуточных подходов — упрощенно, социального конструкционизма, структурирования и социализации (Livingstone, 1998a). Если теоретики медиации могут временами казаться сфокусированными только на том, что Томлинсон (Tomlinson, 1991: 61) обозначает как «тонкие переплетения медиаций... постоянная медиация одного аспекта культурного опыта другим» в их освоении ткани повседневной жизни (не слишком привлекательный фокус для теоретиков медиатизации, сосредоточенных на возрастающей власти медийных институтов¹³), теоретики медиации также в конечном счете увлечены трансформацией власти в истории¹⁴. Это наиболее очевидно в

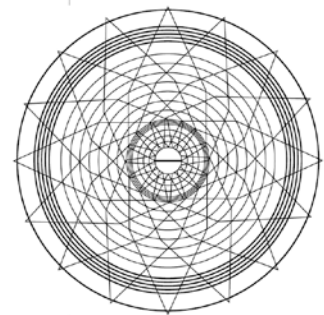
¹³ Не говоря уже о том, что теоретики медиатизации абсолютно не интересуются вопросами опыта и семиозиса в жизненном мире (например, Krotz, 2008).

¹⁴ Это правда, что, например, Сильверстоун (Silverstone 2005) в остальном убедительно призывает присоединиться к культурному, процессуальному повороту. Однако, он мало говорит об институтах или проблемах политической экономии, вместо этого фокусируясь на тактике противостояния, оппозиционных интерпретациях и непреднамеренных последствиях. Однако, едва ли можно утверждать, что теоретики медиации не обеспокоены неравенством в отношении власти, избирательно разрешающей или запрещающей людям действовать определенным образом, включая отношение к медиа (например, Couldry, 2000).

[Научные статьи]

Ливингстон С.

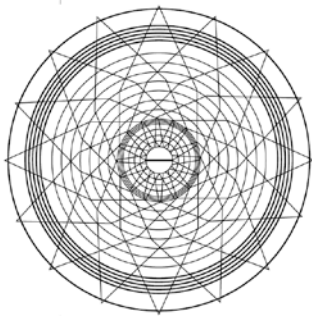
О медиатизации всего



распространенном, но важном замечании о том, что через диалектику действий основных субъектов власти и многочисленных тактических актов интерпретации и/или сопротивления со стороны широкой общественности (Giddens, 1984) размываются и меняются ключевые культурные различия — как раз потому, что они все в большей степени медиатизированы. Сюда входят оппозиции “публичное”/”приватное” (Meurowitz, 1985), “Я”/”Другой” (Chouliaraki, 2008), “природа”/”общество” (Haraway, 1991), “маскулинный”/”фемининный” (Wajcman, 2004), “локальный”/”глобальный” (Tomlinson, 1991).

Эти утверждения, однако, довольно абстрактные, поскольку до анализа на макро уровне дело обычно не доходит. Здесь сильнее позиции теоретиков медиатизации. Шульц (Schulz, 2004) повторяет вслед за Иннисом (Innis, 1951), что развитие технологий позволяет медиа определенным образом преодолеть пространственно-временные ограничения, что семиотические средства определенным образом кодируют мир, и что экономическая основа медиасистем обеспечивает стандартизацию (или коммерциализацию) этой преодолевающей и кодирующей деятельности. Он утверждает, что за этим следуют четыре вида социальных/исторических трансформаций, приводящих к «проблемным зависимостям, ограничениям и преувеличениям» (Innis, 1951: 87): «Во-первых, медиа расширяют естественные пределы человеческих возможностей коммуницировать; во-вторых, медиа замещают социальные действия и социальные институты; в-третьих, медиа объединяются с разными немедийными видами общественной деятельности; и в-четвертых, акторы и организации всех сегментов общества приспосабливаются к логике медиа» (Innis, 1951: 98).

Упоминание понятия логики медиа возвращает нас к исследованию Альтейди и Сноу (Altheide & Snow, 1979: 16), рассматривающих «развлечения, новости, политику, религию и спорт как институты американского общества, которые приняли логику медиа и особые медийные форматы в качестве собственных институциональных стратегий и, таким образом, стали частью общей медиа культуры». Там, где эти исследователи размышляли о логике медиа с точки зрения стандартизации грамматики медиа и форматов контента (в свою очередь, формируемых институциональными, экономическими и регулирующими факторами), была выявлена и другая логика (например, при отслеживании влияния медиа на изменения политики, географии и религии: Corner & Pels, 2003; Gunkel & Gunkel, 1997; Hjavard, 2008). Как мы отметили в начале статьи, эта логика очень многогранная и изменчивая, однако она редко воспринимается позитивно, если такие случаи вообще бывают. В этом многие ученые следуют за Хабермасом (1981/7), согласно социальной теории которого в современности системный мир и жизненный мир разделяются. Процессы медиации больше не привязаны к жизненному миру человека; напротив, они все в большей степени



колонируются системным миром¹⁵. Таким образом, «колонизация жизненного мира человека представляет собой господство и контроль со стороны не столько коммуникационной, сколько инструментальной рациональности» (Joseph, 2003: 159). Хабермас объясняет, используя немецкое (т.е. наполеоновское, а не принятое в медийных исследованиях) понимание медиатизации, что:

«Постоянно рационализирующийся жизненный мир человека одновременно отделяется и становится все более зависимым от все более усложняющихся, формально организованных сфер деятельности, таких, как экономика и государственное управление. Эта зависимость [является результатом] медиатизации жизненного мира человека системными императивами» (1981/7: 305).

Хотя даже Хабермас не всегда столь пессимистичен (см. Habermas, 1996), несомненно, что теоретики медиации, больше увлеченные анализом на микро уровне, проявляют больше воодушевления и оптимизма в связи с растущей важностью процесса медиации, как в примере с детской медиативной игрой, чем приверженцы критического подхода, изучающие макро уровень. Поэтому различные читатели отдадут предпочтение той или иной точке зрения¹⁶.

Выводы - ясность через слова

В заключение, позвольте мне вернуться к критическим задачам данной работы. Уильямс (Williams, 1983: 204-207) прослеживает слово «медиация» от XIV века и связывает его появление с переходом к Новому времени, указывая на три основных значения:

1. действие в качестве посредника (например, политический акт заключения перемирия между противниками);
2. промежуточное (непрямое) представительство между разделенными сторонами с целью установления отношений между ними; и
3. формальный способ прямо выразить то, что иначе не было бы выражено.

Короче говоря, примирение двух оппонентов, формирование связей на расстоянии и заявление о том, о чем ранее не было заявлено. Все это глаголы, процессы. Можно сказать, что каждое из этих значений уже вошло в понятие «коммуникация» (Hjavar, 2008; Silverstone, 2005). Однако, «медиация», как альтернатива, с пользой делает акцент на артефактах и практиках, которые используются для того, чтобы коммуницировать. Этот термин больше подходит для анализа социальных и организационных договоренностей, через которые

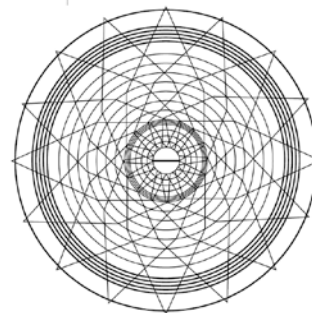
¹⁵ Аутвэйт (Outhwaite, 1996: 369) определяет хабермасовское понятие «жизненного мира» как охватывающее «относительно неформальные способы жизни, в отличие от рыночных и административных систем».

¹⁶ Помимо прочих определяющих дихотомий нашего предметного поля, здесь имеются отголоски давних дебатов между приверженцами политической экономии и культурных исследований.

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



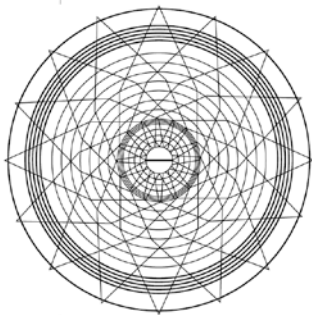
устанавливается медиация (например, микро и макро условия вступления субъектов, удаленных друг от друга, во взаимные отношения, если воспользоваться формулировкой Уильямса). И он стимулирует критический фокус на выражение того, что не было выражено или было подавлено в рамках этих взаимоотношений.

Некоторые исследователи медиа и коммуникаций придают медиации мощную теоретическую рамку, следуя за первым определением и делая акцент на переговорах. Особенно эта точка зрения популярна среди последователей критической теории, которые изучают, как медиа участвуют в борьбе за власть между доминирующими и подчиненными социальными группами. Мартин-Барберо (Martin-Barbero, 2003) считает, что исследователи должны подходить к медиациям (во множественном числе) как к культурным процессам, через которые происходит перераспределение власти между доминирующими институтами и популярными или протестными движениями.

Другие используют термин медиация менее категорично - в том понимании, которое у Уильямса находится на втором месте, - чтобы показать, как медиа преодолевают (или трансформируют) время и пространство, как в физическом, так и символическом отношении, и таким образом связывают до этого разъединенных субъектов (например, людей, живущих на разных континентах, политиков, которые отделены от своей публики) — начинание, имеющее как этическое, так и политическое значение (Chouliaraki, 2008). Соответственно, термин «медиация» служит связующим звеном между отдельно существовавшими предметными областями и исследованиями массовой и межличностной коммуникации, позволяя изучать возникающие и гибридные формы медиированной коммуникации.

Следуя традиции критической теории, Уильямс также утверждает, что медиация работает на сокрытие и уклонение от социальных конфликтов, воздействуя незаметным и естественным образом. Методологически это выводит на сцену третье значение термина «медиация». Задача критика в том, чтобы отказаться от «убедительной материальной метафоры», что искусство или медиа просто отражают реальность. Вместо этого необходимо раскрыть «социальный и материальный характер творческой деятельности» (Williams, 1977: 97), таким образом демонстрируя иначе не выраженные властные отношения¹⁷. Какой бы ни была наша политика в сфере этих властных отношений, и как бы мы ни хотели ей противостоять, инициатива по обнаружению способов медиации их действий представляется адекватной для приверженцев точки зрения, что медиа и

¹⁷ Тем не менее, Уильямс (Williams, 1977: 100) остался недоволен понятием медиации, отмечая, что последняя, как отражение, по-прежнему предполагается фундаментальное и проблематичное различие (а не взаимно конституируемое отношение между) между репрезентацией и тем, что репрезентируется.



коммуникация как никогда важны в сегодняшнем мире. Короче говоря, для тех, кто жаждет исследовать потенциальную или фактическую медиацию всего.

Благодарности и упоминания

Ранняя версия этой статьи была представлена в качестве президентского Послания на Ежегодной конференции Международной коммуникационной ассоциации (ICA) в Монреале в мае 2008 г. Большое спасибо Джею Бламлеру, Лили Чоулиараки, Линн Шофилд Кларк, Нику Колдри, Стигу Хьярварду, Фридриху Кроцу, Родни Ливингстону, Кнуту Ландби, Питеру Ланту, Робину Манселлу, Джошуа Мейровицу и Уилфреду Шульцу за высказанные критические замечания и идеи. Приглашение руководителей проекта «Медиатизированные истории: Перспективы медиации в цифровом рассказывании историй среди молодежи» (*Mediatized Stories: Mediation Perspectives on Digital Storytelling Among Youth*, финансируется Исследовательским советом Норвегии) провести время на департаменте ИнтерМедиа Университета Осло дало мне возможность подготовить эту статью.

REFERENCES:

Alexander, J. C., & Giesen, B. (1987). From reduction to linkage: The long view of the micro-macro debate. In J. C. Alexander, B. Giesen, R. Munch & N. J. Smelser (Eds.), *The micro-macro link* (pp. 1-42). Berkeley: University of California Press.

Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, Cal.: Sage.

Anderson, J. A., & Meyer, T. P. (1988). *Mediated Communication: A Social Action Approach*. Newbury Park, Cal.: Sage.

Ang, I. (1996). Ethnography and radical contextualism in audience studies. In J. Hay, L. Grossberg & E. Wartella (Eds.), *The Audience and its Landscape* (pp. 247-262). Boulder, CO: Westview.

Anselmi, W., & Gouliamos, K. (1994). *Mediating Culture: the Politics of Representation*. Toronto: Guernica.

Atkin, C. K., & Wallack, L. M. I. (1990). *Mass communication and public health: complexities and conflicts*. Newbury Park: Sage Publications.

Beck, U., Giddens, A., & Lash, S. (1995). *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Oxford: Polity Press.

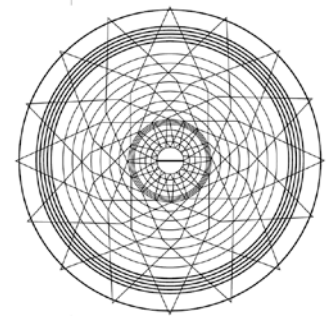
Bennett, L., & Entman, R. (Eds.). (2001). *Mediated Politics*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Bower, R. T. (1973). *Television and the public*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



Buckingham, D., Scanlon, M., and Sefton-Green, J. (2001). Selling the Digital Dream: Marketing Educational Technology to Teachers and Parents. In A. Loveless, and Ellis, V. (Ed.), *Subject to Change: Literacy and Digital Technology* (pp. 20-40). London: Routledge.

Carey, J. W. (1989). *Communication as culture: essays on media and society*. New York: Routledge.

Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5-24.

Cathcart, R., & Gumpert, G. (1983). Mediated interpersonal communication: Toward a new typology. *Quarterly Journal of Speech*, 69(3), 267-277.

Chouliaraki, L. (2008). The mediation of suffering and the vision of a cosmopolitan public. *Television & New Media*, 9(5), 371-391.

Cardoso, G. (2008) From mass to networked communication: Communication models and the information society. *International Journal of Communication*, 2, 587-630.

Corner, J., & Pels, D. (Eds.). (2003). *Media and the Restyling of Politics*. London: Sage.

Couldry, N. (2000). *The Place of Media Power: Pilgrims and witnesses of the media age*. London: Routledge.

Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10(3), 373-391.

Curran, J., Gurevitch, M., & Woollacott, J. (1977). *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold [for] the Open University Press.

Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: citizenship, democracy and the media*. London: Sage.

Dahlgren, P. (2003). Reconfiguring civic culture in the new media milieu. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and the Restyling of Politics* (pp. 151-170). London: Sage.

Davis, A. (2007). *The Mediation of Power: a Critical Introduction*. New York: Routledge.

du Gay, P., Hall, S., Janes, L., and Mackay, H.N. (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. Thousand Oaks, CA: Sage.

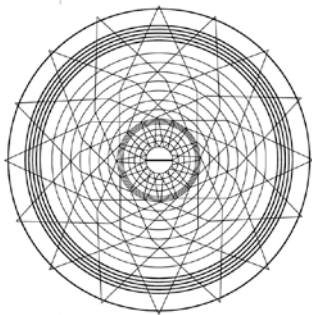
Fornas, J. (1995). *Cultural Theory and Late Modernity*. London: Sage.

Fornas, J. (2002). Passages across thresholds: Into the borderlands of mediation. *Convergence*, 8(4), 89-106.

Gergen, K. J. (2002). The challenge of absent presence. In J. E. Katz & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (pp. 227-241). Cambridge, U.K.: Cambridge University Press.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Cambridge, U.K.: Polity Press.

Gunkel, D. J., & Gunkel, A. H. (1997). Virtual geographies: The new worlds of cyberspace. *Critical Studies in Mass Communication*, 14(2), 123-137.



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action. Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason* (T. McCarthy, Trans. Vol. 2). Cambridge, U.K: Polity.

Habermas, J. (1996). Relations to the world and aspects of rationality in four sociological concepts of action. In W. Outhwaite (Ed.), *The Habermas Reader* (pp. 132-150) Cambridge, U.K.: Polity.

Hall, S. (Ed.). (1999). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

Haraway, D. (1991). *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*. In D. Haraway, *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature* (pp. 149-181). New York: Routledge.

Heller, M. (2008). Games and media: The acquisition of social structure and social rules In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), *International Handbook of Children, Media and Culture* (pp. 271-298). London: Sage.

Himmelweit, H. T., Oppenheim, A. N., & Vince, P. (1958). *Television and the Child. An Empirical Study of the Effect of Television on the Young*. London: Oxford University Press.

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. In *Northern Lights 2008. Yearbook of Film & Media Studies* (pp. 9-26). Bristol, U.K.: Intellect Press.

Hutchby, I. (2001). Technologies, texts and affordances. *Sociology*, 35(2), 441-456.

Innis, H. A. (1951). The bias of communication. In H.A. Innis (Ed.), *The Bias of Communication* (pp. 33-60). Toronto, Ontario, Canada: University of Toronto Press.

Iser, W. (1980). Interaction between text and reader. In S. R. Suleiman & I. Crosman (Eds.), *The Reader in the Text: Essays on Audience and Interpretation* (pp. 106-121). Princeton: Princeton University Press.

Jenkins, H. (2003). Quentin Tarantino's Star Wars? Digital cinema, media convergence, and participatory culture. In D. Thorburn & H. Jenkins (Eds.), *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition* (pp. 281-312). Cambridge, MA: MIT Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Joseph, J. (2003). *Social Theory: Conflict, cohesion and consent*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

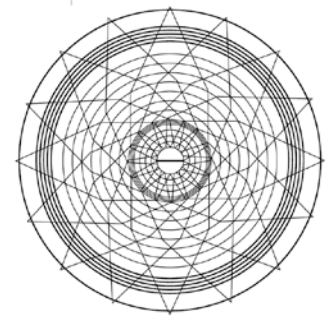
Kepplinger, H. M. (2002). Mediatization of politics: Theory and data. *Journal of Communication*, 52(4), 972-986.

Krotz, F. (2008). Media connectivity: Concepts, conditions, and consequences. In A. Hepp, F. Krotz & S. Moores (Eds.), *Network, Connectivity and Flow: Key concepts for Media and Cultural Studies*. New York: Hampton Press.

[Научные статьи]

Ливингстон С.

О медиатизации всего



Lievrouw, L., & Livingstone, S. (2006). Introduction. In L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences* (Updated student edition ed., pp. 1-14). London: Sage.

Livingstone, S. (1998a). Audience research at the crossroads: The 'implied audience' in media theory. *European Journal of Cultural Studies*, 1(2), 193-217.

Livingstone, S. (1998b). Mediated childhoods: A comparative approach to young people's changing media environment in Europe. *European Journal of Communication*, 13(4), 435-456.

Livingstone, S. (2008a). Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities. In T. McPherson (Ed.), *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected* (Vol. 4, pp. 101-122). Cambridge, MA: The MIT Press.

Livingstone, S. (2008b). Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393-411.

Livingstone, S. (Ed.). (2005). *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*. Bristol, U.K.: Intellect Press.

Lievrouw, L., and Livingstone, S. (2009) Introduction. In Lievrouw, L., and Livingstone, S. (Eds.), *Major Works in New Media*(xxi-xl). London: Sage.

Lundby, K. (Ed.). (2008). *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-representations in New Media*. New York: Peter Lang.

Mackenzie, D., & Wajcman, J. (Eds.). (1999). *The Social Shaping of Technology* (2 ed.). Buckingham: Open University Press.

Madianou, M. (2005). *Mediating the Nation: News, Audiences and the Politics of Identities*. London: UCL Press.

Martin-Barbero, J. (2003). Cultural change: The perception of the media and the mediation of its images. *Television and New Media*, 4(1), 85-106.

Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). 'Mediatization' of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-261.

McNair, B. (1996). *Mediated Sex: Pornography and Postmodern Culture*. London: Hodder Arnold

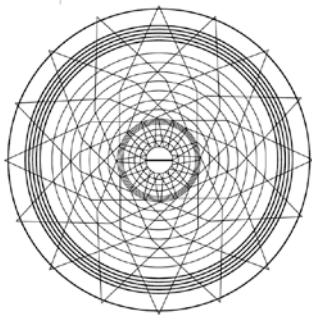
McQuail, D. (2006). On the mediatization of war. *The International Communication Gazette*, 68(2), 107-118.

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.

Meyrowitz, J. (2008). Power, pleasure, patterns: Intersecting narratives of media influence. *Journal of Communication*, 58, 641-663.

Outhwaite, W. (Ed.). (1996). *The Habermas reader*. Oxford: Polity.

Radway, J. (1988). Reception study: Ethnography and the problems of dispersed audiences and nomadic subjects. *Cultural Studies*, 2(3), 359-376.



[Научные статьи]

Ливингстон С.
О медиации всего

Reid-Walsh, J. (2008). Harlequin meets the SIMS: A history of interactive narrative media for children and youth from early flap books to contemporary multimedia. In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), *International Handbook of Children, Media and Culture* (pp. 71-86). London: Sage.

Scannell, P. (1988). Radio times: The temporal arrangements of broadcasting in the modern world. In P. Drummond & R. Paterson (Eds.), *Television and its Audience: International Research Perspectives* (pp. 15-31). London: British Film Institute.

Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101.

Silverstone, R. (2005). The sociology of mediation and communication. In C. J. Calhoun, C. Rojek & B. S. Turner (Eds.), *The SAGE handbook of sociology* (pp. 188-207). London: SAGE Publications.

Star, L., & Bowker, G. (2002). How to infrastructure. In L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: Sage.

Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge, U.K.: Polity.

Tincknell, E. (2005). *Mediating the Family: Gender, Culture and Representation*. London: Hodder Arnold.

Tomlinson, J. (1991). *Cultural imperialism: a critical introduction*. London: Continuum.

Waite, C. K. (2003). *Mediation and the Communication Matrix*. New York: Peter Lang.

Wajcman, J. (2004). *TechnoFeminism*. Cambridge, U.K.: Polity.

Williams, R. (1977). From reflection to mediation. In R. Williams (Ed.), *Marxism and literature* (pp. 95-100). Oxford, U.K.: Oxford University Press.

Williams, R. (1983). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana.