

На правах рукописи

Грибовод Екатерина Григорьевна

**МЕДИАТИЗАЦИЯ ПОЛИТИКИ
КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС
И ИНФОРМАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКИЙ РЕСУРС**

Специальность 23.00.02 – Политические институты,
процессы и технологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата политических наук

Екатеринбург – 2017

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном учреждении науки Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук.

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор,
Русакова Ольга Фредовна

Официальные оппоненты: **Тимофеева Лидия Николаевна**,
доктор политических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Российская академия
народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской
Федерации», профессор кафедры
политологии и политического управления

Володенков Сергей Владимирович,
доктор политических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова»,
доцент кафедры государственной политики

Ведущая организация: **ФГАОУ ВО «Белгородский
государственный национальный
исследовательский университет»**

Защита состоится «13» сентября 2017 г. в 10:00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.285.18 на базе ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51, каб. 248 (зал заседаний диссертационных советов).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», <http://lib.urfu.ru/mod/data/view.php?d=51&rid=270277>

Автореферат разослан «___» _____ 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
канд. полит. наук, доцент



Керимов Александр
Алиевич

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования

Изучение места и роли средств массовой коммуникации (СМК) в политическом процессе становится одной из актуальных задач современных академических исследований. Концептуальное обсуждение феномена медиатизации политики происходит при анализе политики во взаимодействии с информационными и коммуникационными структурами. В самом общем плане медиатизацию политики можно определить как процесс интеграции политического пространства и медийной сферы, в результате которого происходит взаимная трансформация политического дискурса и медиадискурса.

Распространение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) стимулировало создание новых способов и форм взаимодействия политики со средствами массовой коммуникации, что усилило влияние политического и медийного полей друг на друга. Проникновение медиадискурса в политическое информационно-коммуникационное пространство носит интенсивный характер. Данный процесс расширяется путем вовлечения в него социальных медиа (блоги, социальные сети и другие медийные продукты).

Для современной политики масс-медиа являются неотъемлемым компонентом формирования общественного мнения. Кроме того, СМК оказываются теми фильтрами, которые группируют и ранжируют информацию, транслируя образы реальности относительно недоступных объектов, с которыми общество не имеет дело в повседневной жизни. Масс-медиа создают пространство, где содержание политики раскрывается через компоненты политической символизации (символы, образы, знаки, презентации и др.), параллельно выстраивая образно-смысловую виртуальную проекцию политики.

При более детальном анализе медиатизацию политики стоит рассматривать как институционально-коммуникативный процесс, осуществляемый посредством медийных институтов, интегрированных в политическое пространство.

Оформление концепции «медиатизация политики» связано с разработкой более общей теории медиатизации¹. Становление данной теории осуществляется в

¹ *Deacon D., Stanyer J.* Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? // *Media, Culture and Society*. 2014. Vol. 36. № 7. P. 1038; *Kepplinger H.M.* The Mediatization of Politics: Theory and Data // *Journal of Communication*. 2002. Vol. 52. № 4. P. 972-986; *Krotz F.* Media Connectivity: Concepts, Conditions, and Consequences. New York, 2008; *Hepp A.* The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the mediation of everything URL: http://www.kommunikative-figurationen.de/fileadmin/redak_kofi/Arbeitspapiere/CoFi_EWP_No-1_Hepp.pdf; *Hjavarð S.* The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // *Nordicom Review*. 2008. Vol. 29. № 2. P. 118-121; *Schulz W.* Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept // *European Journal of Communication*. 2004. Vol. 19. № 1. P. 87-101; *Mazzoleni G., Schulz W.* «Mediatization» of Politics: A Challenge for Democracy? // *Political Communication*. 1999. № 16. P. 247-261; *Володенков С.В.* Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики // *Коммуникология*. 2016. Т. 4. № 4. С. 125-136; *Засурский И.И.* Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М.: Изд-во Моск. гос. Уни-та, 2001. 288 с.; *Нум Е.Г.* Анализ роли медиа в обществе: медиация vs медиатизация // *Информационное поле современной России: практики и эффекты: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф.*, 18-20 октября 2012 г. Казань, 2012. С. 316-324.

следующих направлениях: медиатизация рассматривается, с одной стороны, как процесс влияния масс-медиа на общество и на социальные институты, с другой – как совокупность технологий и ресурсов (от телекоммуникационных до информационно-коммуникационных), напрямую связанных с информационно-технологическим развитием общества (например, новые медиа, сотовые телефоны, опτικο-волоконные сети и др.).

Быстрое развитие медиасистем, в частности Интернета, повлияло на трансформацию традиционных форм политической коммуникации, вследствие чего формируется совершенно новое политическое пространство для самоорганизации индивидов через социальные медиа. В настоящее время информационные технологии и социальные медиа относятся к числу главных ресурсов и инструментов усиления имиджевой привлекательности социальных и политических институтов, выступая в качестве неотъемлемых компонентов мягкой силы (soft power) государств. Поэтому концепцию медиатизации политики следует рассматривать в тесной связи с теорией и практикой soft power¹, а именно: мягкая сила может быть представлена в качестве одного из ресурсов медиатизации политики. Она активно используется в системе международных отношений, поскольку позволяет ненасильственными методами расширять сферу идеологического, аксиологического и информационного влияния, формировать позитивный имидж страны или организаций, развивать систему информационной политики и безопасности. Медиатизация политики, аккумулирующая стратегическую направленность на усиление внутренней и внешней мягкой силы, является одним из важных процессов, обеспечивающих стабильность международных политических союзов, таких как, например, Шанхайская организация сотрудничества (ШОС).

В условиях возрастания влияния СМК на политический процесс всесторонний анализ медиатизации политики, ее концептосферы, институционально-коммуникативных форм и информационно-стратегических ресурсов представляется чрезвычайно актуальным, поскольку позволяет в долгосрочной перспективе оценить деятельность и политических (межправительственных, государственных, международных), и масс-медийных институтов и процессов.

¹ Nye J. Soft power: the means to success in world politics. Public Affairs, 2005. 191 p.; Nye J. The paradox of American power. New York : Oxford Univ. Press, 2002. 240 p.; Nye J. Bound to lead: the changing nature of American power. Basic Books, 1990. 336 p.; Казаринова Д.Б. Проблема ценностных оснований «мягкой силы» России на постсоветском пространстве // Россия в современной международной системе координат: новые вызовы и возможности / под общ. ред. В.В. Комлевой. М. : Проспект, 2014. С. 184-188; Панова Е.П. «Мягкая власть» как способ воздействия в мировой политике : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.04. М., 2012. 160 с.; Паршин П. Проблематика «мягкой силы» во внешней политике России // Центр глобальных проблем. М., 2013. Вып. 1 (36). 39 с.; Он же. Два понимания «мягкой силы»: Предпосылки, корреляты и следствия // Вестник МГИМО (У). 2014. № 2 (35). С. 14-21; Русакова О.Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии // Изв. Урал. федерал. ун-та. Сер. 3. Обществ. науки. 2013. № 3 С. 52-61; Русакова О.Ф., Ковалева Д.М. «Мягкая сила» и «умная власть»: концептуальный анализ // Социум и власть. 2013. № 3. С. 15-19.

Степень научной разработанности проблемы

В настоящее время все большее внимание научной общественности привлекают проблемы, связанные с изучением коммуникационного пространства, роли масс-медиа в современном политическом процессе. Обозначенная проблематика – взаимовлияние политического поля и масс-медийной сферы – является предметом анализа для многих зарубежных и отечественных авторов.

Старт регулярных исследований, посвященных взаимодействию политики со средствами массовой коммуникации, был зафиксирован еще в начале 1920-х гг., сразу после Первой мировой войны. П. Лазарсфельд подчеркивал, что средства массовой информации ограничено воздействуют на электоральное поведение граждан. Значительный вклад в разработку теории массовой коммуникации и пропаганды внесли Э. Бернейс, Г. Лассуэлл, У. Липпман.

В 1960-х гг. в результате широкого распространения телевидения появляются исследования, посвященные его влиянию на формирование общественного мнения и электоральное поведение. Курт и Глэдис Лэнг в работе «СМИ и голосование» показали, что средства массовой информации преподносят избирателям готовые образы субъектов и предметов, настойчиво помогая им в выборе реакции на презентуемое сообщение.

Среди публикаций, посвященных вопросам политической коммуникации и медиа, надо выделить работы Х. Арндт, З. Баумана, П. Бурдые, Э. Каца, Н. Лумана, Д. МакКуэйла, Г. Маркузе, С. Московичи, Т. Розака, М. Скаммела, Э. Фромма, Ю. Хабермаса, П. Шампаня и др. Вопросы концептуализации роли и места политических коммуникаций и масс-медиа рассматриваются российскими авторами: М.С. Вершининым, С.В. Володенковым, М.Н. Грачевым, Е.Г. Дьяковой, Н.Б. Кирилловой, Л.Л. Реснянской, О.Ф. Русаковой, А.И. Соловьевым, Л.Н. Тимофеевой, А.Д. Трахтенберг, И.Д. Фомичевой и др.

Проблемой теоретического осмысления феномена медиатизации занимаются такие ученые, как Х. Кепплингер, Ф. Кротц, Дж. Маццолени, Д.Б. Томпсон, С. Хьярвард, В. Шульц, И.И. Засурский, Л.М. Землянова, А.П. Константинова, Е.Г. Ним, И.В. Рогозина, А.И. Черных и др.

Важный теоретико-методологический вклад в исследование процесса медиатизации политики внесли Э. Амна, К. Асп, П. Берглес, Д.Дж. Лиллекер, Ф. Марцинковский, Дж. Маццолени, Дж. Стрембек, А. Хепп, С. Хьярвард, В. Шульц, Ф. Эссер, С.С. Бодрунова, С.В. Володенков, И.М. Дзялошинский, И.И. Засурский и др.

Отметим, что значительное число работ затрагивает лишь некоторые грани процесса медиатизации политики, такие как влияние опросов общественного мнения на результаты выборов (П. Шампань), трансформация политических партий под воздействием телевидения (К. Крауч, Дж. Кин), установление повестки дня (Б. Коэн, К. и Г. Лэнг, М. МакКомбс и Д. Шоу), конструирование реальности (Н. Гудмен, Ж. Сегела, И. Сэмсон, Дж. Эдварде и С. Уэйн), формирование общественного мнения (Б. Берельсон, Р. Ла Пьер, П. Лазарсфельд, У. Липпман, Э. Ноэль-Нойман).

В плане междисциплинарного исследования проблематика медиатизации политики получила освещение в трудах З. Баумана, Д. Белла, Ж. Бодрийяра,

Э. Гидденса, С. Жижека, М. Кастельса, А.Е. Массуды, М. Маклюэна, Г. Маркузе, Р. Мертона, Э. Тоффлера, А. Турена, Э. Фромма, М. Хоркхаймера и др.

Анализ феномена медиатизации в контексте исследования политического медиадискурса представлен в работах Э. Лаклау, Д.Дж. Лиллекера, Ш. Муффа, Я. Торфинга, П. Чилтона и др. К группе российских авторов, изучающих теорию политического и медиа дискурсов, в том числе взаимодействие медиа и политики, относятся В.Ю. Дубровин, Н.Л. Зелянская, Е.В. Ишменев, Е.А. Кожемякин, Н.М. Мухарямов, Е.О. Негров, О.Ф. Русакова и др.

Институциональный аспект взаимодействия политики и медиа рассмотрен в работах зарубежных исследователей: П. Бергера, Б. Вейнгаста, Р. Гудина, Дж. Кина, Т. Лукмана, Н.Л. Лумана, П. Ди Маджио, Д.Г. Марча и Й. Ольсена, Дж. Найта, Д. Норта, Э. Остром, У. Пауэлла, П. Холла, Р. Тейлора, К. Шепсла, а также российских ученых: Е.Л. Варгановой, О.Б. Васильева, И.М. Дзялошинского, М.С. Ильченко, Г.Л. Кертман, С. Кирдиной, Е.А. Кожемякина, Н.Н. Лебедева, Н. Моисеевой, Л.М. Мухарямова, А. Олейник, Т.В. Павловой, П.В. Панова, С.В. Патрушева, А.В. Соколова, А. Черных, А.Д. Хлопина, Я. Щепаньского и др.

Институциональным основам процесса медиатизации политики посвящены труды С.С. Бодруновой, Е.Г. Дьяковой, И.М. Дзялошинского, Е.В. Ишменева, Ф. Марцинковского, А.Д. Трахтенберг и др.

Отдельную группу составляют работы, определяющие место и роль новых и социальных медиа в современном обществе. Их авторы подчеркивают важность своевременного контроля и оценки деятельности новых медиа в контексте современного политического процесса. К данной группе относятся публикации зарубежных и отечественных авторов: Д. Гиллмора, М. Гладуэлла, У. Даттона, Л. Мановича, Г. Рейнгольда, Д. Райта, М. Хинсона, Дж. Мачледера, Г. Асмолова, Д.Г. Балужева, С.В. Володенкова, Н. Матекина, Е. Морозова, А. Назарчук, М.Ю. Павлютенковой и др.

Проблему мягкой силы изучают Дж. Най, И.А. Ветренко, Ю.П. Давыдов, Д.Б. Казаринова, А.О. Наумов, О.Ф. Русакова, Д.М. Ковалева, И. Радиков, Я. Лексютина, Е.П. Панова, П.Б. Паршин, Е.Г. Пономарева, О.В. Столетов, Г.Ю. Филимонов, О.М. Хауер-Тюкаркина и др.

Отдельно следует упомянуть работы, посвященные проблематике межправительственной организации ШОС, а именно труды Г.Д. Агафонова, К. Барского, А.Г. Большакова, А.В. Болятко, Л.Е. Васильева, Н.В. Задерей, А.Ф. Клименко, С.Г. Лузянина, Н.В. Серебрякова, Н.В. Ткачевой, Т.Л. Шаумян и др. Несмотря на то, что экономическим особенностям взаимодействия стран-членов ШОС посвящено большое количество исследований, обозначенная тема информационного пространства ШОС затрагивается крайне редко и глубоко не проработана.

Стоит отметить, что накоплен солидный объем академической литературы, посвященной становлению и развитию политической коммуникации и масс-медиа, в том числе их взаимодействию. Данное диссертационное исследование, имея опорой аккумулированный теоретический массив работ по заявленной теме, направлено на заполнение определенных пробелов в изучении указанной

проблематики и анализ новых граней феномена медиатизации политики. Можно констатировать, что институционально-коммуникативный подход к изучению медиатизации политики пока мало освоен политической коммуникативистикой и существует явный дефицит трудов, посвященных комплексному исследованию концепта «медиатизация политики» как информационно-стратегического ресурса политической практики. Кроме того, использование социальных и новых медиа в процессе медиатизации политики раскрывает дополнительные аспекты в понимании данного процесса. Этим обусловлены предметная область, цели и задачи нашего исследования.

Основная гипотеза данного исследования

Медиатизация политики представляет собой институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс, оказывающий значительное влияние на трансформацию политической сферы в направлении ее медийной технологизации и доминирования медийного дискурса.

Объект исследования – процесс медиатизации политической сферы общественной жизни.

Предмет исследования – медиатизация политики как концептосфера, институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс.

Цель исследования – изучение медиатизации политики как системы политических концептов, как особого институционально-коммуникативного процесса и информационно-стратегического ресурса политической деятельности.

Задачи исследования:

1. Провести комплексный анализ концепта «медиатизация политики», рассмотреть основные подходы к данной категории, проанализировать основные особенности использования данного понятия в политической науке.

2. Разработать концептосферу «медиатизация политики», проанализировать основные понятия, ее составляющие, а также выявить их логическую взаимосвязь с категорией «медиатизация политики».

3. Раскрыть сущность институционально-коммуникативного подхода, рассмотреть основные эффекты и тенденции развития медиатизации политики как институционально-коммуникативного процесса.

4. Дать характеристику и оценить функциональные особенности медиатизации политики как информационно-стратегического ресурса, проанализировать механизмы воздействия социальных медиа (социальные сети, блоги и др.) и информационных технологий на развитие современного политического процесса.

5. Рассмотреть и проанализировать мягкую силу в качестве ресурса медиатизации политики на примере информационного пространства ШОС.

Теоретико-методологические основы данной диссертационной работы обусловлены объектом и предметом исследования и строятся на теоретических положениях, сформулированных в трудах зарубежных и российских ученых.

Фундаментальным методом исследования стал синтез институционального, коммуникативного, информационного и ресурсного подходов, которые позволили содержательно раскрыть медиатизацию политики как многоаспектную категорию

политической коммуникативистики, обладающую процессным и ресурсным потенциалом.

Процесс проникновения масс-медиа в сферу политики получил отражение в современных исследованиях, в которых представлены следующие теоретико-методологические подходы. С точки зрения дискурсивного подхода данный процесс раскрывается посредством понятий «политический медиадискурс» и «символическая политика» (М.В. Гаврилова, М.В. Ильин, О.Ю. Малинова, О.Ф. Русакова, А.И. Соловьев и др.)¹. В рамках политико-коммуникативного подхода взаимосвязь политики и масс-медиа интерпретируется как компонент политического управления и как политическая медиасистема (С.В. Володенков, М.Н. Грачев, Л.В. Сунгуров, Л.Н. Тимофеева и др.)². С позиции технологического подхода³ интеграция медийной и политической систем рассматривается как сумма новых технологий, применяемых для реализации определенных политических целей и задач.

Для изучения имеющихся в научной литературе определений понятий «медиатизация» и «медиатизация политики» была применена методология категориального и концептуального анализа.

К числу основных методов диссертационного исследования относятся системный и структурно-функциональный методы, на базе которых содержательно раскрыты концепты, входящие в концептосферу «медиатизация политики» (медиадискурс, медиакратия и др.). Метод моделирования был применен для графического оформления концептосферы «медиатизация политики».

¹ *Гаврилова М.В.* Политический дискурс как объект лингвистического анализа // *Полис : Политические исслед.* 2004. № 3. С. 127-139; *Ильин М.В.* Семиотика как основа изучения языка политики и развития дискурс-анализа // *Дискурс-Пи.* 2015. № 1-2. С. 43-47; *Малинова О.Ю.* Политическое использование прошлого как инструмент символической политики: эволюция дискурса властвующей элиты в постсоветской России // *ПОЛИТЭКС : Полит. экспертиза.* 2012. № 8. С. 179-204; *Соловьев А.И.* Государство как производитель политики // *ПОЛИС : Полит. исслед.* 2016. № 2. С. 90-108.

² *Володенков С.В.* Информационное проектирование медиареальности в современном политическом управлении // *Вопр. политологии.* 2015. Т. 20, № 4. С. 50-63; *Грачев М.Н.* Политика: коммуникационное измерение. Тула : Изд-во Тульск. гос. пед. ун-та им. Л.Н.Толстого, 2011. 172 с.; *Тимофеева Л.Н.* Становление и развитие политических коммуникаций // *Идейно-символическое пространство постсоветской России: динамика, институциональная среда, акторы / под ред. Малиновой О.Ю. М., 2011. Гл. 10.*

³ *Dutton W.* Op. cit.; *Рейнгольд Г.* Умная толпа: новая социальная революция / пер. с англ. А. Гарькавого. М. : ФАИР ПРЕСС, 2006. 416 с.; *Machleder J, Asmolov G.* Social change and the Russian network society: Redefining development priorities in new information environments // *Internews: Local voices. Global change.* 2011; *Володенков С.В., Федорченко С.Н.* Флэшмоб как сетевая технология современного политического менеджмента : (На примере России и США) // *Вестн. Моск. гос. обл. ун-та.* 2015. № 3. С. 1-18; *Комлева Н.А.* Арабская весна как технологический элемент структуры мирового господства // *Пространство и время.* 2013. № 1. С. 18-23; *Павлютенкова М.Ю.* Политические коммуникации в социальных медиа // *Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика.* М., 2012. С. 305-306.

При анализе социальных медиа в качестве коммуникативно-стратегических ресурсов медиатизации политики задействованы сетевой и статистический методы.

Ресурсно-стратегический подход позволил раскрыть содержание мягкой силы как ресурса медиатизации политики в рамках ШОС, обеспечивающего эффективное международное взаимодействие ее членов и коллективную информационную безопасность.

В диссертационном исследовании использовался метод дискурс-анализа, а также индексный метод для анализа информационно-коммуникационного потенциала и национальных информационных инфраструктур стран-членов ШОС. Методы политической коммуникативистики позволили оценить роль и место ШОС в информационной архитектуре международных отношений, выработать практические рекомендации по повышению коммуникативной эффективности и привлекательности в информационном пространстве постиндустриального мира.

При изучении материалов сайтов ШОС, представительства РФ в ШОС в 2014–2015 гг. и ИнфоШОС был применен контент-анализ в целях исследования информационного пространства ШОС, а также системы информационных технологий стран-членов ШОС.

Научная новизна диссертации заключается в следующем:

1. Обоснован тезис о взаимопроникновении двух пространств – медийного и политического. Содержательно раскрыто понятие «медиатизация политики», в рамках которого выявлены и изучены основные подходы к осмыслению данного процесса: коммуникативный, критический, информационный, кратологический, знаково-символический, или семиотический, междисциплинарный. Представлена авторская трактовка медиатизации политики как институционально-коммуникативного процесса и информационно-стратегического ресурса.

2. Дана дефиниция концептосферы «медиатизация политики», исследована логика дискурсивных полей формирования данных категорий. Выявлены основные компоненты концептосферы «медиатизация политики», а именно: политический медиадискурс, медиакратия, медиациентрированная демократия, медиаполитическая система, политическое медиапространство; проведен комплексный анализ их содержания, графически отображена структура концептосферы.

3. Осуществлен синтез институционального и коммуникативного, а также ресурсного и стратегического подходов к изучению феномена медиатизации политики. Представлено авторское определение понятий «институционально-коммуникативный процесс», «институционально-коммуникативный подход», «информационно-стратегический ресурс», «ресурсно-стратегический подход».

4. Раскрыто содержание институционально-коммуникативного подхода, посредством которого выявлены основные эффекты и тенденции развития медиатизации политики как институционально-коммуникативного процесса.

5. Установлено, что к важным информационно-стратегическим ресурсам медиатизации политики относится система социальных медиа и информационных технологий: (социальные сети, блоггинг, вики, видеохостинг, Интернет-форум,

«умная толпа», «Twitter-революция», роевые тактики, мягкая сила и др.), предложена их комплексная классификация.

6. Разработан ресурсно-стратегический подход к осмыслению процесса медиатизации политики, который был использован при исследовании мягкой силы на примере информационного пространства Шанхайской организации сотрудничества. Проведен концептуальный анализ информационного пространства ШОС и его ключевых компонентов, проанализированы цифровые ресурсы ШОС и особенности ее дискурса. При изучении мягкой силы ШОС впервые использованы официальные документы и медиаресурсы.

Положения, выносимые на защиту:

1. Медиатизация политики – это процесс взаимопроникновения полей масс-медиа и публичной политики, в том числе властных отношений. Медиатизация политики определяется как информационно-коммуникативный процесс, трансформирующий политическую сферу в направлении ее медийной технологизации и доминирования медийного дискурса.

2. Концептосфера «медиатизация политики» представляет собой систему следующих концептов: *политический медиадискурс* определяется как властный элемент, действующий в масс-медийном и политическом пространстве, создающий виртуальную политическую продукцию; *медиакратия* – политическая власть медиа, осуществляемая посредством институтов СМИ; *медиацентрированная демократия* – политическая система, в которой основной массив политической деятельности осуществляется с учетом и посредством СМИ; *медиаполитическая система* – структура, которая объединяет в себе информационные и медийные ресурсы, коммуникационные каналы, используемые политическими акторами для реализации властных решений и организации политического процесса; *политическое медиaprостранство* – виртуальное политическое пространство существования и функционирования дискурсов, конструируемых с помощью медиатехнологий, медиаинструментов, символов СМК, которое рассматривается как компонент информационной стратегии страны или региона.

3. Для теоретического осмысления феномена медиатизации политики необходимо осуществить синтез институционального и коммуникативного, а также ресурсного и стратегического подходов, что позволяет ввести в научный оборот такие понятия, как «институционально-коммуникативный процесс», «информационно-стратегический ресурс», «институционально-коммуникативный подход», «ресурсно-стратегический подход».

4. Медиатизация политики как институционально-коммуникативный процесс – это форма взаимодействия механизмов, норм и правил, обеспечивающих эффективную коммуникацию и внутри, и между институтами политического управления, между органами власти и гражданами, а также как система властных отношений, позволяющая определить структурные изменения политических институтов и подструктур в процессе обмена информацией. Институционально-коммуникативный подход рассматривает политические институты в качестве акторов коммуникативного процесса, участвующих в построении системы властных коммуникаций. Автор утверждает, что с

политологической точки зрения институционально-коммуникативный процесс есть процесс, определяющий механизмы, нормы, правила и способы внешнего и внутреннего коммуникативного обмена в структурах политического управления и политических институтах, аккумулирующих и регулирующих институциональный потенциал политических акторов.

5. Медиатизация политики как информационно-стратегический ресурс, согласно авторской позиции, представляет собой комплекс медийных средств и информационно-коммуникационных технологий, позволяющих в условиях цифрового общества адаптировать политические институты к новым информационно-коммуникативным практикам и формам. Процесс медиатизации предполагает формирование новых медийных ресурсов, таких как социальные сети, блоги, информационные технологии и др. Социальные медиа рассматриваются как составной компонент новых медиа. К новым медиа относится весь спектр технологий и продуктов WEB 2.0 (Интернет, спутниковое телевидение, компьютерные игры, оптоволоконные сети, мобильная связь и др.). Социальные медиа – это комплекс Интернет-ресурсов (сайты, сервисы и технологии), направленных на выстраивание социальной коммуникации, взаимодействия с целью получения совместной пользы, обмена, хранения и потребления информации, а также создания новостного контента в масс-медиа сегменте. Ведущими ресурсами медиатизации политики стали: технологии «умная толпа», роевые тактики, «Twitter-революция», мягкая сила и др.

6. Применение ресурсно-стратегического подхода позволяет концептуально представить мягкую силу в качестве ресурса медиатизации политики, который направлен на расширение идеологической, аксиологической и информационной сфер влияния, повышение властного потенциала политических акторов через создание эффекта ментальной общности и доверия. Ресурсно-стратегический подход изучает социальные медиа и технологии, а также мягкую силу как стратегический ресурс, назначение которого – аккумулировать информационную мощь для усиления властного потенциала. Данный подход позволяет осуществить анализ информационного пространства ШОС и ее дискурса, который содержит комплексное представление о мироустройстве и перспективах развития организации и региона. Информационное пространство ШОС определяется как совокупность медийных и правовых ресурсов, на основании которых создается имидж организации в информационно-коммуникативном поле. Мягкая сила является инструментом медиатизации политики, который выполняет значимую роль в процессе формирования информационного пространства ШОС. Процесс медиатизации политики дает ШОС возможность эффективно проектировать и конструировать собственное политическое медиaprостранство, выстраивать позиционирование и популяризовать свою деятельность, четко очерчивать информационную идентичность посредством медийного имиджа и символического портрета.

Эмпирическая база исследования состоит из аналитических, статистических, нормативно-правовых документов и электронных ресурсов органов государственной власти, международных организаций и мониторинговых центров. Кроме того, работа опирается на монографии, статьи, опубликованные в

научных реферируемых журналах, и материалы, апробированные на научных конференциях.

В исследовании применялись статистические данные исследовательского и консалтингового центра Gartner, аналитического центра Brand Analytics, серии ежегодных докладов (с 2010 по 2016 г.) о развитии информационного общества, составленных Всемирным экономическим форумом при поддержке международной школы бизнеса INSEAD и Корнельского университета.

Среди нормативно-правовых актов, прежде всего, стоит выделить официальные документы ШОС. В процессе работы использовались электронные ресурсы органов государственной власти и международных организаций, а именно: официальный сайт Шанхайской организации сотрудничества, Представительства РФ в ШОС в 2014 – 2015 гг., ИнфоШОС, Делового Совета ШОС, социальные сети политических акторов. Вместе с тем эмпирическая база исследования включает выступления политических, государственных деятелей, материалы международных, федеральных и региональных средств массовой информации, размещенные в сети Интернет.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке понятийного аппарата для изучения феномена медиатизации политики, в теоретическом моделировании его концептосферы, во введении в научный оборот и применении институционально-коммуникативного и ресурсно-стратегического подходов к анализу медиатизации политики, в расширении представления о мягкой силе посредством рассмотрения soft power в качестве ресурса медиатизации политики.

Результаты диссертационного исследования позволяют сформулировать целостный подход к оценке процесса медиатизации политики, регулирующего взаимосвязь и взаимозависимость политического и информационного пространств, что делает возможным анализ явных и скрытых механизмов функционирования социальных медиа и информационных технологий в рамках публичной политики. Оценка процесса медиатизации политики как ключевого фактора в формировании социальных медиа способствует ранжированию коммуникационных институтов по степени вовлечения в политический процесс и активизации политического самосознания населения.

Практическая значимость исследования

Материалы и результаты исследования могут быть применены при изучении политической коммуникации, СМИ, социальных медиа и др. Кроме того, результаты диссертационного исследования могут использоваться при разработке учебных курсов, лекций и семинаров, связанных с проблематикой участия СМИ в политическом процессе, а также нового спецкурса «Медиатизация политики». Выводы, сделанные в работе, могут послужить теоретической базой для практических рекомендаций, направленных на развитие информационной стратегии ШОС и других международных институтов, а также найти отражение в исследованиях на тему информационной безопасности в новом сетевом обществе.

Степень достоверности результатов исследования

Достоверность результатов проведенного диссертационного исследования подтверждается использованием трудов зарубежных и отечественных ученых,

внесших значительный теоретико-методологический вклад в разработку исследуемой проблемы, статистических и аналитических документов. Обоснованность и достоверность полученных результатов базируются на применении общенаучных методов познания (анализ, обобщение, синтез, сравнение), а также методов дискур-анализа, индексного, институционального, информационного, коммуникативного, концептуального, кратологического, междисциплинарного, сетевого подходов.

Апробация исследования

Основные результаты диссертационного исследования отражены в 16 публикациях автора, в том числе 4 статьях, опубликованных в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК.

Апробация результатов диссертационного исследования осуществлена на российских и международных конференциях: II Международной научно-практической конференции «Проблемы международного сотрудничества в рамках ШОС» (28 – 30 сент. 2011 г., Екатеринбург, Челябинск, Институт экономики УрО РАН); III Международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы социокультурного и экономического взаимодействия стран – членов и участников ШОС» (18 – 19 сент. 2012 г., Екатеринбург, Институт экономики УрО РАН); II Всероссийской междисциплинарной молодежной научной конференции «Информационная школа молодого ученого» (27 – 31 авг. 2012 г., Екатеринбург, ЦНБ УрО РАН); III Всероссийской научно-практической конференции «Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт» (12–13 мая 2012 г., Омск, Омский государственный университет); IV Всероссийской научно-практической конференции «Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт» (17 мая 2013 г., Омск, Омский государственный университет); Всероссийской научной конференции с международным участием «Актуальные проблемы научного обеспечения государственной политики Российской Федерации в области противодействия коррупции» (26 – 27 июня 2014 г., Екатеринбург); Международной конференции «Soft power: теория, ресурсы, дискурс» (15 окт. 2014 г., Екатеринбург); VII Российском философском конгрессе (6 – 10 окт. 2015 г., Уфа); XX Всероссийской научно-практической конференции «Россия между модернизацией и архаизацией: 1917 – 2017 гг.» (11 – 12 апр. 2017 г., Екатеринбург, Гуманитарный университет).

В рамках темы диссертационной работы автор также участвовала в следующих грантах: грант РГНФ № 13-13-66001 «Разработка теоретической модели государственных и региональных ресурсов soft power в современной политической науке» в 2013 – 2014 гг.; грант РГНФ № 14-13-66501 «Международная конференция «Soft power: теория, ресурсы, дискурс» в 2014 г.

Структура диссертации Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы. Первая глава включает в себя 3 параграфа, вторая глава состоит из 2 параграфов. Список литературы содержит 386 наименований. Общий объем работы – 189 с.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, раскрывается степень разработанности темы исследования в зарубежной и отечественной литературе, определяются объект, предмет, цель и задачи исследования, дается характеристика теоретико-методологической основы исследования, формулируются новизна исследования, положения, выносимые на защиту, эмпирическая база, а также теоретическая и практическая значимость результатов исследования. Освещены степень достоверности и апробация результатов исследования.

В **первой главе** «Теоретико-методологический анализ медиатизации политики в современных исследованиях» представлена совокупность научных подходов, теорий и концепций, рассматривающих феномены «медиатизация», и «медиатизация политики» в частности. В данной главе разработана концептосфера «медиатизация политики» и выявлены ее составляющие, а также введен институционально-коммуникативный подход, на основании которого проводится анализ процесса медиатизации политики.

Первый параграф первой главы «Медиатизация политики: генезис понятия» посвящен изучению развития понятия, теоретико-методологическому анализу основных подходов к феномену «медиатизация политики», а именно коммуникативного, критического, информационного, кратологического и междисциплинарного. Проанализированы этапы становления концепта «медиатизация политики». Первый этап осмысления медиатизации политики связан с теорией массовой коммуникации и пропаганды (У. Липман, Г. Лассуэлл, П. Лазарсфельдом и др.), в рамках которой она исследуется с позиции коммуникативного подхода. Второй этап развития понятия нашел отражение в трудах представителей Франкфуртской школы (Т. Адорно, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер и др.). Данная группа исследователей, применяя критический подход, акцентирует внимание на негативных факторах медиатизации, т.е. на манипулятивном характере этого процесса. Информационный подход позволил выявить третий этап развития и становления концепта «медиатизация политики», который базируется на основных работах представителей теории информационного общества (Д. Белла, М. Кастельса, А.Е. Масуда, Э. Тоффлера, Ф. Уэбстера и др.). Впервые для оценки концепта «медиатизация политики» был использован междисциплинарный подход, который позволил выделить ключевые особенности применения данного процесса в политическом дискурсе. Сильной стороной указанного подхода, по мнению автора, становится определение адаптивного и многоаспектного характера понятия «медиатизация политики». Кратологический подход, который рассматривает масс-медиа как властный ресурс, выполняющий ряд функций политической идеологии, дал возможность уточнить содержание концептов «медиакратия» и «медиацентрированная демократия».

В этом параграфе автор отделяет категорию «медиатизация» от юридической практики, описываемой термином «медиация», так как последняя направлена на нейтральное взаимодействие с политическими акторами и институтами.

В работе отмечается, что обращение к понятию «медиатизация» позволяет методологически обосновать авторскую концепцию медиатизации политики. Автор определяет зонтичную категорию «медиатизация» с позиции институционального и социально-конструктивистского подходов¹. Согласно первому подходу, медиатизация – процесс адаптации социальных институтов к медийной логике. Сторонники второго подхода изучают медиатизацию как процесс корректировки коммуникативных и информационных структур социума с помощью информационно-коммуникационных технологий. Оба подхода позволили выработать системный взгляд на концептосферу медиатизации политики.

Второй параграф «Трактовки и концептосфера медиатизации политики» посвящен рассмотрению основных теоретических направлений, исследующих медиатизацию политики, а также разработке концептосферы «медиатизация политики» и раскрытию ее основных категорий. В диссертации представлен системный анализ обширной научной литературы по указанной теме.

Анализ медиатизации политики позволил выделить три теоретических направления, исследующих данную категорию. Первое направление представлено, главным образом, скандинавской школой масс-медиа (Э. Амна, К. Асп, П. Берглес, Дж. Стрембек, А.Хепп, С. Хьярвард и др.)², рассматривающей медиатизацию политики как процесс, в котором медийная логика регулирует развитие и становление политических институтов. Второе направление можно обозначить как континентально-европейскую школу исследований СМИ и политических институтов (С. Ливингстон, Д. МакКвейл, Ф. Марцинковский, Дж. Маццолени, В. Шульц, Ф. Эссер и др.)³, акцентирующую свое внимание на адаптации политических институтов к медийной логике и подчеркивающую важность медиатизации отдельных сфер политики, которым необходимо дополнительное медийное освещение. Представители третьего направления, преимущественно отечественные ученые (С.С. Бодрунова, С.В. Володенков, И.М. Дзялошинский, И.И. Засурский, Е.Г. Ним, О.Ф. Русакова, Л.Н. Тимофеева и др.)⁴, изучают медиатизацию политики как процесс трансформации реальных политических событий в символические в масс-медийной сфере. Резюмируя рассмотренные подходы, автор пришел к пониманию медиатизации политики как диффузии двух пространств – медийного и политического. Обобщая подходы, можно выделить следующие точки зрения, определяющие степень взаимодействия данных пространств. Первая акцентирует внимание на усилении влияния масс-медиа на политику. Согласно второй точке зрения, медиа воздействует только на отдельные сферы политики, не изменяя систему власти. В

¹ Deacon D., Stanyer J. Op. cit. P. 1033-1035; Hepp A. Op. cit. P. 376.

² Hjavard S. Op. cit. P. 118-121; Strömbäck J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics // The International Journal of Press/Politics. 2008. 13 (3). P. 236-241.

³ Mazzoleni G., Schulz W. Op. cit. P. 247-261; Marcinkowski F. Mediatization of politics: reflections on the state of the concept // Javnost – The Public. 2014. Vol. 21, iss. 2. P. 5-22.

⁴ Володенков С.В. Указ.соч. С. 125-136; Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М. : АПК и ППРО, 2013. 479 с.; Засурский И.И. Указ.соч. 288 с.; Тимофеева Л.Н. Указ.соч. Гл. 10.

этой связи автором предложено интегральное понимание медиатизации политики как информационно-коммуникативного процесса, трансформирующего политическую сферу в направлении ее медийной технологизации и доминирования медийного дискурса. Указанное понятие также можно определить как процесс взаимопроникновения полей масс-медиа и публичной политики, в том числе властных отношений.

Основным предметом исследований во втором параграфе выступает концептосфера «медиатизация политики», т.е. система базовых понятий, раскрывающих широкое смысловое поле медиатизации политики. К ним автор относит: политический медиадискурс, медиакратию, медиациентрированную демократию, медиаполитическую систему, политическое медиапространство. Политический медиадискурс рассматривается как властный элемент, действующий в масс-медийном и политическом пространстве и создающий виртуальную политическую продукцию. Медиакратия – это политическая власть медиа, осуществляемая посредством институтов СМИ. Медиациентрированная демократия – политическая система, в которой основной массив политической деятельности осуществляется с учетом и посредством СМИ. Медиаполитическая система – это структура, которая объединяет в себе информационные и медийные ресурсы, коммуникационные каналы, используемые политическими акторами для реализации властных решений и организации политического процесса. Политическое медиапространство – это виртуальное политическое пространство существования и функционирования дискурсов, конструируемых с помощью медиатехнологий, медиаинструментов, символов СМК, которое рассматривается как компонент информационной стратегии страны или региона.

Таким образом, на оформление концептосферы «медиатизация политики» повлиял ряд важных факторов: семантическая близость категорий, принцип дополнительности, взаимодействие и взаимовлияние предметно-дискурсивных полей (теории информационного общества, массовой коммуникации и пропаганды, политического маркетинга и PR, политической коммуникативистики).

В *третьем параграфе* «Медиатизация политики с позиции институционально-коммуникативного подхода» автор применяет синтез институционального и коммуникативного подходов для оценки процесса медиатизации политики. В данном параграфе исследуются категории «институт» и «институциональный», позволяющие концептуально очертить границы медиатизации политики как институционально-коммуникативного процесса.

По мнению диссертанта, институционально-коммуникативный подход предполагает изучение социальных институтов в рамках их внутренних и внешних коммуникаций. С позиции данного подхода современный институт масс-медиа может рассматриваться как система устойчивых видов деятельности, регулирующая внутримедийные коммуникации, а также внешние коммуникации, направленные на выстраивание отношений с институтами власти и гражданского общества.

Установлено, что процесс медиатизации политики повлиял на формирование новых политико-коммуникативных институтов (например, прямая линия с

Президентом РФ, электронное правительство и др.). По мнению автора, процесс медиатизации политики оказал воздействие на быстрый рост мониторинговых институтов, однако его также можно рассматривать в качестве последствия распространения и легитимизации мониторинговых механизмов, сформировавших условия для интеграции масс-медийной сферы и политической.

Диссертантом было сформулировано рабочее определение медиатизации политики как институционально-коммуникативного процесса – это форма взаимодействия механизмов, норм и правил, обеспечивающих эффективную коммуникацию и внутри, и между институтами политического управления, между органами власти и гражданами, а также как система властных отношений, позволяющая определить структурные изменения политических институтов и подструктур в процессе обмена информацией.

Анализ медиатизации политики с точки зрения институционально-коммуникативного подхода позволил выделить следующие тенденции и эффекты: широкое проникновение медийной логики в политическую сферу; усиление коммуникативного взаимодействия масс-медийных структур с институтами власти, гражданского общества в целях обеспечения эффективного совместного функционирования; взаимообратный характер процесса медиатизации политических институтов и политизации институтов масс-медиа, где функцию контроля властных структур наряду с институтами СМИ осуществляют мониторинговые институты и новые медиа; переход от традиционных форм политического участия к сетевым и Интернет-практикам; автономизация и коммерциализация СМИ.

Во **второй главе** «Медиатизация политики как информационно-стратегический ресурс» представлен ресурсно-стратегический подход, в соответствии с которым производится анализ социальных медиа (блог, социальные сети и др.) и информационных технологий, комплексно раскрывается технология «мягкая сила» (soft power) на примере информационного пространства ШОС.

В **первом параграфе** второй главы «Использование социальных медиа и информационных технологий в процессе медиатизации политики» на основе разработанного автором ресурсно-стратегического подхода медиатизация политики формулируется как система определенных ресурсов. Предложено определение информационно-стратегического ресурса как системы медиатизированных средств и информационно-коммуникационных технологий, обеспечивающих преимущество и достижение долгосрочных целей через информационные каналы и сети. В качестве информационно-стратегических ресурсов медиатизации политики автор выделяет социальные медиа (блог, социальные сети и др.) и информационные технологии («умная толпа», флэш-моб, Twitter-революция, «мягкая сила» (soft power) и др.).

Отмечается, что появление Интернета оказало воздействие на производство новых форм хранения, передачи информации и организации процесса коммуникаций. На смену WEB 1.0 пришли новые продукты WEB 2.0 (новые медиа). В этой связи автор предлагает четко очертить методологические границы новых и социальных медиа, определиться с категориальным аппаратом. Под

термином «новые медиа» автор подразумевает весь спектр технологий и продуктов WEB 2.0: Интернет, спутниковое телевидение, компьютерные игры, мобильную связь и др., а социальные медиа рассматривает как комплекс Интернет-ресурсов (сайты, сервисы и технологии), направленных на выстраивание социальной коммуникации, взаимодействия в целях получения совместной пользы, обмена, хранения и потребления информации, а также создания новостного контента в масс-медиа.

В параграфе дается характеристика технологии «умная толпа» и ее проявлениям, а именно флешмобу и политмобу. При анализе данных технологий автор опирался на концепцию «умная толпа» Г. Рейнгольд¹. Установлено, что информационные технологии (вирусные sms-рассылки) и современные средства связи (мобильные телефоны) способны стать мощным информационным ресурсом для реализации политических задач.

В ходе исследования на основании статистических данных² было установлено, что одной из важных тенденций, которая свойственна современному политическому процессу, стала экспансия социальных медиа в сферу политики. Социальные медиа позволяют вовлекать граждан в политическую коммуникацию, а также актуализировать социально-значимые вопросы, формировать повестку дня. Сетевая активность политического кандидата становится важным элементом предвыборной кампании. Следует отметить, что SMM (маркетинг в социальных сетях) рассматривается как один из инструментов, который повышает эффективность использования социальных медиа в политике. Однако в процессе интеграции информационных технологий и социальных медиа в политическую сферу возникает ряд ограничений и рисков, а именно: фальсификация и утечка конфиденциальных документов, распространение запрещенного контента и др.

Автором выделены следующие политические функции социальных медиа: апробация и продвижение политических идей в социум; поиск, организация и координация групп единомышленников; проведение политических презентаций и перформансов в онлайн-пространстве с последующим дублированием в оффлайн-пространство; формирование информационно-политической идентичности у аудитории посредством медийных технологий и доминирования медийного дискурса. Автор утверждает, что стратегическая, политико-коммуникативная миссия социальных медиа как ресурса медиатизации политики заключается в выстраивании диалога между властью и гражданами.

Второй параграф второй главы «Мягкая сила (soft power) как ресурс медиатизации политики» посвящен исследованию технологии «мягкая сила» в

¹ Рейнгольд Г. Указ. соч. С. 225-257.

² Социальные сети в России: цифры и тренды за февраль 2016 год. URL: <https://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-cifry-i-trendy-za-fevral-2016-g/>; Социальные сети в России, осень 2016. URL: <http://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-osen-2016/>; Global social media research summary 2016. URL: <http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>; Рейтинги медиа-персон в русскоязычном сегменте интернет, октябрь 2016. URL: <https://blog.br-analytics.ru/rejting-mediaperson-v-russkoyazychnom-internete-za-oktyabr-2016-goda/>.

качестве информационно-стратегического ресурса медиатизации политики на примере информационного пространства ШОС.

Диссертант утверждает, что категория «мягкая сила» как ресурс медиатизации политики формируется с помощью медиадискурсов как властных компонентов, способных расширять сферу идеологического и аксиологического влияния за счет медийной продукции. Кроме того, медиатизация политики – это процесс вовлечения различных акторов (институты, организации, граждане и др.) в формирование политических медиаресурсов. В диссертации подчеркивается, что посредством создания эффекта ментальной общности и доверия мягкая сила как ресурс медиатизации политики способна повысить властный потенциал политических акторов, а также увеличить их информационную мощь.

В работе отмечается, что страны – члены ШОС, как и сама международная организация в целом, обладают значительной мягкой силой. К ресурсам soft power относят ИКТ (в том числе Интернет), достижения в дипломатии, наукоемких отраслях, культуре, образовании и спорте, а также известные персоны и др.

Важным ресурсом мягкой силы является наличие аксиологической системы, которая обладает большим влиянием за пределами страны. Так, например, «шанхайский дух» – система ценностей, сформированная в рамках ШОС, – позволяет организации занимать лидирующие позиции в мировой политике.

В работе выделены три направления исследования мягкой силы как информационно-стратегического ресурса медиатизации политики в рамках информационного пространства ШОС. Во-первых, применен индикаторный (индексный) подход, позволивший автору статистически проранжировать страны – члены организации (в том числе и партнеров по диалогу) в соответствии с уровнем развития национальных информационных инфраструктур. Во-вторых, проведен анализ дискурса ШОС, который стал идейно-нормативным ядром информационного пространства ШОС. В-третьих, на основе ресурсно-стратегического подхода исследованы базовые документы, ресурсы и институциональные структуры, регулирующие вопросы информационной безопасности и развития ИКТ, информационного обеспечения деятельности ШОС. Проанализированы основные медийные источники, освещающие деятельность международной организации, а также формирующие ее медийный имидж и символический портрет. Комплексный подход в рамках трех направлений позволил автору оценить эффективность построения и реализации информационного пространства на площадке ШОС (дискурс ШОС, «шанхайский дух»), а также рекомендовать конкретные шаги по медиатизации политики ШОС на международном уровне.

В процессе исследования диссертант пришел к следующим выводам: в последние годы одной из ключевых задач ШОС становится создание образа эффективной международной организации в информационном пространстве. Применение информационно-стратегических ресурсов медиатизации политики позволяет укрепить и расширить сферу влияния дискурса ШОС. В работе сделана попытка содержательно раскрыть особенности дискурса ШОС и «шанхайского духа». Несмотря на активное применение отдельными странами – членами (Китай, Россия) инструментов мягкой силы во внешней политике, в рамках

организации недостаточно выстроены механизмы использования данных ресурсов для повышения значимости организации в мировой политике. Опираясь на анализ рейтинга «Индекс сетевой готовности»¹, диссертант выявил ряд факторов, тормозящих развитие ИКТ в странах ШОС, таких как цифровой разрыв, ограниченный доступ бизнеса и других сфер к ИКТ, «лоскутный» характер информатизации государственного управления, политическая цензура в СМИ и т.д. По мнению автора, дальнейшая медиатизация политики ШОС позволит организации стать открытой и доступной в информационном пространстве, популяризировать свои идеи, укрепить позиции в борьбе с глобальными вызовами.

В **заключении** подводятся основные итоги, обобщаются результаты диссертационного исследования.

Основные результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ

1. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как стратегический ресурс политических коммуникаций // Наука Красноярья. – 2016. – № 6. – С. 48–57. (1 п.л.).

2. Грибовод Е.Г. Процесс медиатизации политики в странах – членах ШОС // Социум и власть. – 2015. – № 3. – С. 39–44. (0,4 п.л.).

3. Русакова О.Ф., Бочаров А.В., Грибовод Е.Г. Концептуальные основания стратегии цветной революции: теории soft power, управляемого хаоса и медиатизации политики // Социум и власть. – 2014. – № 6. – С. 42–47. (0,4 п.л. /0,1 п.л.).

4. Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Урал. отд-ния Рос. акад. наук. – 2014. – Т. 14, вып. 4. – С. 65–77. (1,1 п.л. / 0,5 п.л.).

Монографии

5. Грибовод Е.Г. Глава 5. Параграф 2. Дискурс soft power и медиатизация политики как коммуникативные стратегии ШОС // Soft power: теория, ресурсы, дискурс / под ред. О.Ф. Русаковой. – Екатеринбург, 2015. – С. 263–276. (0,8 п.л.).

Публикации в иных изданиях

6. Грибовод Е.Г. Феномен медиатизации как аспект современной коммуникативной практики // Россия между модернизацией и архаизацией: 1917–

¹ The Global Information Technology Report 2015: ICTs for Inclusive Growth / World Economic Forum. Geneva, 2015. 357 p.; The Global Information Technology Report 2016: Innovating in the Digital Economy / World Economic Forum and INSEAD. Geneva, 2016. 47 p.

2017 г.: материалы XX Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета, 11–12 апреля 2017 года: доклады / редкол.: Л. А. Закс и др.: в 2 т. – Т. 1. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. – С. 445–447. (0,2 п.л.)

7. Грибовод Е.Г. Основные модели медиатизация политики как институционально-коммуникативного процесса // Дискурс-Пи. – 2016. – Вып. 4 (25). – С. 231–237. (0,7 п.л.).

8. Грибовод Е.Г., Русакова О.Ф. Медиатизация политики в контексте информационно-коммуникативной стратегии ШОС // Topical areas of fundamental and applied research IX : Proceeding of the Conference. North Charleston, 11–12 July 2016. – North Charleston, SC, USA : CreateSpace, 2016. – P. 65–70. (0,4 п.л. / 0,3 п.л.).

9. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как концепт политической философии // Философия. Толерантность. Глобализация. Восток и Запад – диалог мировоззрений : тез. докл. VII Рос. филос. конгресса (г. Уфа, 6–10 окт. 2015 г.) : в 3 т. – Уфа, 2015. – Т. 2. – С. 323. (0,1 п.л.).

10. Грибовод Е.Г. Мобильность как атрибут медиатизации политики // Дискурс-Пи. – 2015. – Вып. 2 (19). – С. 75–77. (0,3 п.л.).

11. Грибовод Е.Г. Медиадискурс, Интернет-дискурс, Социально-политическое проектирование // Дискурс-Пи. – 2013. – Вып. 13. – С. 118–119. (0,2 п.л.).

12. Грибовод Е.Г. Ключевые категории медиатизации как направления политического процесса // Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. / [отв. ред. И.А. Ветренко]. – Омск, 2013. – С. 221–224. (0,3 п.л.).

13. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как концепт современного политического дискурса // II Информационная школа молодого ученого : сб. науч. тр. / ЦНБ УрО РАН ; отв. ред. П.П. Трескова ; сост. О.А. Оганова. – Екатеринбург, 2012. – С. 150–154. (0,4 п.л.).

14. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как концепт современного политического процесса // Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. / [отв. ред. И.А. Ветренко]. – Омск, 2012. – С. 36–38. (0,3 п.л.).

15. Грибовод Е.Г. Развитие национальных информационных инфраструктур, проектируемых в странах Шанхайской организации сотрудничества // Проблемы международного сотрудничества в рамках ШОС : сб. науч. тр. – Екатеринбург, 2011. – С. 180–188. (0,8 п.л.).

16. Грибовод Е.Г. Страны ШОС в условиях медиатизации политики // Проблемы и перспективы социокультурного и экономического взаимодействия стран – участников и наблюдателей Шанхайской организации сотрудничества : сб. ст. участников III Междунар. конф., г. Екатеринбург, 18–19 сент. 2012 г. – Екатеринбург, 2012. – С. 192–195. (0,4 п.л.).