

# О тематическом номере «Политизация социально значимых тем в медиа»

## On Special Issue «The Politization of social problems in mass media»

DOI: 10.12737/2587-6295-2021-5-4-3-6

УДК 32.019.2

Получено: 31.10.2021

Одобрено: 11.11.2021

Опубликовано: 25.12.2021

### **Быков И.А.**

д-р полит. наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет

e-mail: i.bykov@spbu.ru

### **Bykov I.A.**

Doctor in Political Sciences, Professor, St. Petersburg State University

e-mail: i.bykov@spbu.ru

### **Аннотация**

Тематический номер журнала посвящен проблемам политизации социально значимых тем в медиапространстве и в конечном итоге затронул весьма широкий и разноплановый спектр вопросов, которые, тем не менее вращаются вокруг роли СМИ и социальных медиа в современной политике. В данном контексте политизация интерпретируется как процесс вовлечения неполитических проблем в политическую коммуникацию. Именно поэтому выбор обсуждаемых в СМИ политических проблем способен раскрыть суть политического режима в конкретной стране, выявить адекватность политических институтов запросам общества и оценить эффективность политического управления. Большинство статей носят характер эмпирических исследований, в которых исследуются важные проблемы современных политических коммуникаций в России и за рубежом. Спектр исследовательских методик также весьма обширен и включает в себя опросы, анкетирование, фокус-группы, контент-анализ, дискурс-анализ, кейс-стади и т.п. Вслед за проблемой «политизации» среди наиболее важных концепций следует выделить идеи «медиаграмотности», «сетового лидерства», «политической мобилизации», «персонификации политики», «корпоративного гражданства» и др. Исследования показывают, что социальные медиа стали важным фактором политизации социально значимых тем. Данный тематический номер ориентирован на специалистов в области прикладной политологии и политической коммуникации.

**Ключевые слова:** политизация, политический PR, связи с общественностью, политическая коммуникация, политическая реклама, СМИ, социальные медиа.

### **Abstract**

The thematic issue of the magazine is devoted to the problems of politicization of socially significant topics in the media space and ultimately touched on a very wide and diverse range of issues, which, nevertheless, revolve around the role of the media and social media in modern politics. In this context, politicization is interpreted as the process of involving non-political issues in political communication. That is why the choice of political problems discussed in the media can reveal the essence of the political regime in a particular country, reveal the adequacy of political institutions to the needs of society and assess the effectiveness of political governance. Most of the articles are in the nature of empirical research, which investigate important problems of modern political communications in Russia and abroad. The range of research methods is also very

extensive and includes polls, questionnaires, focus groups, content analysis, discourse analysis, case studies, etc. Following the problem of "politicization", among the most important concepts are the ideas of "media literacy", "network leadership", "political mobilization", "personification of politics", "corporate citizenship", etc. Research shows that social media has become an important factor in the politicization of socially significant topics. This thematic issue is aimed at specialists in the field of applied political science and political communication.

**Keywords:** politicization, political PR, public relations, political communication, mass media, political advertisement, social media.

Текущий номер журнала «Журнал политических исследований» посвящен актуальным проблемам политизации социально значимых тем в современном медиапространстве. Собственно все статьи тематического выпуска стали развитием докладов, сделанных во время работы одноименной секции в рамках ежегодного форума «Медиа в современном мире. Петербургские чтения» (1 июля 2021 г.). Собранные в номере статьи сложно сгруппировать в отдельные блоки, но все они так или иначе связаны с ролью СМИ и социальных медиа в современной политике. Политизация в этом контексте интерпретируется как процесс вовлечения неполитических проблем в политическую коммуникацию.

Как справедливо отмечает М.В. Данилов, сущность феномена политизации заключается в привнесении «в процедурные аспекты политики некоего содержательного контента. Политизация наполняет рутинные политические процедуры, такие как партийные съезды, выборы, политическую конкуренцию, реальным содержанием» [6]. Тогда как объектами политизации могут выступать самые разные области общественной жизни: экономические проблемы, конфессиональные отношения, вопросы этнической принадлежности, военные конфликты и т.п. В отечественной специальной литературе очень большое внимание уделяется, в первую очередь, проблеме политизации этничности, особенно в связи с процессами на постсоветском пространстве [4]. Набор обсуждаемых в СМИ политических проблем способен многое (если не все) сказать о политическом режиме в конкретной стране, адекватности политических институтов запросам общества и эффективности политического управления.

В данном номере внимание исследователей было сфокусировано на политизации социально значимых тем в СМИ и социальных медиа. Разумеется, СМИ и социальные медиа в процессах политизации, чаще всего, выступают в качестве субъектов, выполняя, в зависимости от конфигурации политической системы, конструктивную или деструктивную роль [7]. При этом, сами СМИ и социальные медиа могут стать объектами политизации в условиях актуализации принципов регулирования их деятельности.

Исследования тематического номера фокусируются преимущественно на прикладных аспектах политизации за исключением первых двух статей, которые направлены на выявление и разработку фундаментальных теорий функционирования современной медиасферы. В первой статье поднимается проблема медиаграмотности, которая, согласно выводам авторов, значительно лучше «объясняет медиаэффекты и политическое поведение, чем социально-демографический профиль респондентов» [3]. В следующей статье номера В.А. Ачкасова и Ю.А. Добровольская исследуют феномен сетевого лидерства, который в широких кругах получил известность под именем «инфлюэнсеров» [2].

Очень актуальной проблемой в последние годы стала политизация молодежи в протестную деятельность через социальные медиа. В статье А.Ю. Гарбузняк приводятся свежие данные об онлайн-поведении участников протестов января и апреля 2021 г., включая уникальные факты об использовании социальной сети Tik-Tok [5]. Большой уникальностью исследованных данных отличается также и статья Л.В. Шарахиной, в которой исследуется реакция крупнейших корпораций России на кризис, связанный с развитием пандемии коронавируса COVID-19 [11]. В статье А.И. Рафикова политизация социально значимых тем анализируется на материалах рекламных коммуникаций из ряда предвыборной агитации [9]. Ю.Д. Ахмедова изучает проблему персонификации современной политической

коммуникации на примере прошедших в сентябре 2021 г. выборов в Законодательное собрание Санкт-Петербурга [1]. Наконец, в единственной работе с международным акцентом Д.А. Сорокин исследует причины и механизмы политизации спора о существовании македонского языка, что указывает на развитие исследуемых явлений в международных отношениях [10]. Статья А.О. Зиновьева обращается к весьма важной проблеме революционной политизации, которая в рамках контекста кризиса государственного управления превращается в феномен «революционного невроза» [8].

Перечисленный круг исследований подтверждает идею о том, что содержанием политизированной коммуникации может стать широчайший круг вопросов: от пандемии до национального языка. Коммуникативные инструменты и приемы также весьма разнообразны, хотя в последние годы наметился очевидный тренд к тотальной цифровизации.

### Литература

1. *Ахмедова Ю.Д.* Персонификация современной политической коммуникации // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
2. *Ачкасова В.А., Добровольская Ю.А.* Сетевое лидерство: к вопросу о механизме политической мобилизации // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
3. *Быков И.А., Медведева М.А.* Значение медиаграмотности для политической коммуникации в России // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
4. *Волгогонова О.Д., Полунов А.Ю.* Политизация этничности в современной Украине: русская диаспора и межнациональные отношения в Крыму // Россия и современный мир. – 2008. – № 2. – С. 144-163.
5. *Гарбузняк А.Ю.* Онлайн-поведение пользователей новых медиа в преддверии массовых уличных протестов в России в январе и апреле 2021 года // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
6. *Данилов М.В.* Явление «политизации» в современном обществе: постановка исследовательской проблемы // Известия Саратовского университета. Серия «Социология. Политология». – 2009. – № 1. – С. 92-96.
7. *Евдокимов В.А.* Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта. Дисс... доктора политических наук. Екатеринбург. – 2007. – 270 с.
8. *Зиновьев А.О.* Феномен революционной политизации и коммуникационная рациональность государства // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
9. *Рафиков А.И.* Политизация социально значимых тем в рекламных коммуникациях // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
10. *Сорокин Д.А.* Македонский язык как объект межгосударственного спора // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.
11. *Шарахина Л.В.* Корпорация-гражданин в политическом дискурсе в условиях пандемии // Журнал политических исследований. – 2021. – Т. 5. – № 4.

### References

1. Ahmedova Ju.D. Personifikacija sovremennoj politicheskoj kommunikacii [Personification of modern political communication] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
2. Achkasova V.A., Dobvol'skaja Ju.A. Setevoe liderstvo: k voprosu o mehanizme politicheskoj mobilizacii [Network Leadership: Towards the Question of the Mechanism of Political Mobilization] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
3. Bykov I.A., Medvedeva M.A. Znachenie mediagramotnosti dlja politicheskoj kommunikacii v Rossii [The importance of media literacy for political communication in Russia] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
4. Volkogonova O.D., Polunov A.Ju. Politizacija jetnichnosti v sovremennoj Ukraine: russkaja diaspora i mezhnacional'nye otnoshenija v Krymu [The politicization of ethnicity in modern

- Ukraine: the Russian diaspora and interethnic relations in the Crimea] *Rossija i sovremennyy mir* [Russia and Modern World]. 2008, I. 2, pp. 144-163.
5. Garbuznjak A.Ju. Onlajn-povedenie pol'zovatelej novyh media v preddverii massovyh ulichnyh protestov v Rossii v janvare i aprele 2021 goda [Online behavior of new media users on the eve of massive street protests in Russia in January and April 2021] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
  6. Danilov M.V. Javlenie «politizacii» v sovremennom obshestve: postanovka issledovatel'skoj problemy [The phenomenon of "politicization" in modern society: formulation of a research problem] *Izvestija Saratovskogo universiteta. Serija «Sociologija. Politologija»* [Bulletin of the Saratov University. Series «Sociology. Political Science «], 2009, I. 1, pp. 92-96.
  7. Evdokimov V. A. *Rol' sredstv massovoj informacii v politizacii social'nogo konflikta* [The role of the media in the politicization of social conflict]. Diss... doktora politicheskikh nauk. Ekaterinburg, 2007. 270 p.
  8. Zinov'ev A.O. Fenomen revoljucionnoj politizacii i kommunikacionnaja racional'nost' gosudarstva [The phenomenon of revolutionary politicization and the state communicative rationality]. *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
  9. Rafikov A.I. Politizacija social'no znachimyh tem v reklamnyh kommunikacijah [Politicization of socially significant topics in advertising communications] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
  10. Sorokin D.A. Makedonskij jazyk kak objekt mezhgosudarstvennogo spora [The Macedonian language as an object of interstate dispute] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.
  11. Sharahina L.V. Korporacija-grazhdanin v politicheskom diskurse v uslovijah pandemii [The corporation-citizen in political discourse in a pandemic] *Zhurnal politicheskikh issledovanij* [Journal of Politic Research]. 2021, V. 5, I. 4.