

УДК 316.7:070

С. Э. Лебедева<sup>1</sup>, Г. В. Вакку<sup>1</sup>, С. Е. Степанова<sup>2</sup>, А. Е. Касаткина<sup>1</sup>

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ МЕДИАТИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА

<sup>1</sup>Московский государственный гуманитарно-экономический университет,  
г. Москва, Россия

<sup>2</sup>Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева,  
г. Чебоксары, Россия

**Аннотация.** Современный социокультурный процесс отличает активная медиатизация, которая как феномен характеризуется все большим воздействием массмедиа на общество. СМИ обеспечивают информационное и социальное сопровождение образования, досуга, культуры. Статья посвящена процессу медиатизации, основным тенденциям в областях, ранее далеких от пристального внимания СМИ. Раскрыты понятия медиатизации сферы культуры и ее влияния на трансформацию медийного потребления.

**Ключевые слова:** медиатизация, социокультурное пространство, эдьютейнмент, медиа-проект, медиапродукт.

**Актуальность исследуемой проблемы.** Современные медиа являются важнейшим фактором влияния на социокультурное пространство, которое подвергается значительной трансформации в связи со стремительным развитием электронных информационных ресурсов глобального масштаба, доступных каждому с любого места и в любое время [9], [10], [11], и с гигантскими изменениями в медиасфере. В 60-х гг. XX в. канадский ученый М. Маклюэн ввел в научный оборот термин «расширение человека» как результат увеличения количества медийных средств и скорости охвата ими все более значительной аудитории [6]. Сегодня это явление определено словом «медиатизация», возникшим в конце XX в. для обозначения процесса качественных изменений в социальных коммуникациях, вызванных воздействием медиа и означающих рост коммуникативных и цивилизационных возможностей, а также в социальной жизни, непосредственно затрагивающих каждо-

---

© Лебедева С. Э., Вакку Г. В., Степанова С. Е., Касаткина А. Е., 2018

*Лебедева Симона Эрнестовна* – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и журналистики Московского государственного гуманитарно-экономического университета, г. Москва, Россия; e-mail: lebedeva220461@yandex.ru

*Вакку Григорий Владиславович* – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, литературы и журналистики Московского государственного гуманитарно-экономического университета, г. Москва, Россия; e-mail: vakku2006@rambler.ru

*Степанова Светлана Евгеньевна* – кандидат философских наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и менеджмента Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Россия; e-mail: clers@mail.ru

*Касаткина Анастасия Евгеньевна* – магистрант 2 курса факультета социологии и журналистики Московского государственного гуманитарно-экономического университета, г. Москва, Россия; e-mail: stasyakasatkuna@gmail.com

Статья поступила в редакцию 08.10.2018

го индивида [9], [10], [11]. Целью статьи явилось выявление тенденций медиатизации современного социокультурного пространства.

**Материал и методика исследований.** Были проведены теоретический анализ исследований в области социологии, журналистики и коммуникации в аспекте изучаемой проблемы, контент-анализ сетки вещания телеканала «Культура» («Россия К») и изучение социокультурных проектов современных массмедиа. Используются следующие методы: сравнительно-сопоставительный анализ, наблюдение, обобщение.

**Результаты исследований и их обсуждение.** Медиатизация сегодня активно изучается, но преимущественно в отдельных сферах, таких как политика, культура, право, спорт, реклама [11], которые по-разному «переживают» медиатизацию по времени, темпам, характеру изменений, которые она вызывает. Так, одним из первых стал медиатизироваться спорт, который обеспечил футбольным фанатам уже в 1960-е гг. эффект присутствия посредством радиотрансляций и телерепортажей. Современный болельщик имеет возможность выбирать с помощью интернет-телевидения спортивное событие, которое ему интересно, комментировать происходящее в режиме реального времени.

Медиатизация предстает в двух измерениях: социальном (для общества в целом, управление и организация его жизни) и личностном (в жизненном укладе личности, которая вынуждена встраиваться в современное коммуникационное пространство, тем самым существенно изменяя характер своего быта) [11]. Результатом медиатизации явилось формирование «медийного человека», существование которого «невозможно без участия в массовой коммуникации» [2], [8]. Такой индивид вынужден постоянно менять стратегии медиапотребления, расширять свои коммуникационные возможности, применять маневры для получения максимальной коммуникационной выгоды [4]. Сегодня медиа предоставляют огромные возможности для каждого без привязки ко времени (начало и окончание спектакля, график работы учреждений культуры) и географии (не зависит от места проживания человека и его отдаленности от очагов культуры).

Медиатизация как феномен характеризуется все большим воздействием массмедиа на современное общество и культуру. В медиaprостранство вытесняются досуговые практики, ранее осуществлявшиеся в реальном времени и пространстве. Сейчас мы можем общаться в социальных сетях, просматривать спортивные соревнования, музыкально-театральные мероприятия и развлекательные шоу по телевизору или в интернет-трансляции.

Досуг выполняет множество функций, обеспечивающих полноценную жизнедеятельность человека и общества: просветительскую (отвечает за стремление человека к познанию), творческую (способствует самореализации личности и раскрытию ее внутреннего потенциала), развлекательную (связана с желанием получать от жизни удовольствие), компенсаторную (дает возможность разнообразить жизненные впечатления, расширить круг деятельности человека за пределами его профессии), рекреативную (направлена на снятие физических и психологических нагрузок), коммуникативную (удовлетворяет потребность личности в общении). Стремительная медиатизация и компьютеризация общества создают условия, при которых персональные компьютерные устройства и гаджеты превращаются в основные технические средства обучения, просвещения, способные реализовать все перечисленные функции досуга.

Еще совсем недавно культурная жизнь человека проходила в основном в театрах, музеях, библиотеках. В настоящее время СМИ обеспечивают информационное и социальное сопровождение культурного процесса, удовлетворение потребности общества в информации и социализации [7].

Медиатизация социально-культурной сферы уже вплотную приблизилась к жизненным реалиям, предоставляя новые подходы, формы и методы получения знаний, а современные гаджеты стали неотъемлемой частью повседневной жизни, позволяя быстро

и эффективно получать нужную информацию. Медиатизация диктует новые условия организации невербальной и вербальной информации на веб-странице, моду веб-дизайнерам, упрощая или превращая в игру этот процесс для пользователя. В научной среде этот процесс получил название «эдютейнмент» (от англ. education ‘обучение’ и entertainment ‘развлечение’) – игровое обучение, обучение через развлечение.

Современные медиа делают возможным появление специфических синтезированных форм досуга (киберспорт, компьютерные игры, виртуальный туризм), что неосуществимо вне медиaprостранства.

Развитие новых медиа обеспечивает социально-коммуникативную функцию досуга. Это подтверждается тем, что большинство СМИ, независимо от их направленности, имеют среди устойчивых рубрик те, которые посвящены культурным событиям.

Основное направление перемен в медиа состоит в разделении массовой аудитории на сегменты и подгруппы, получающие свою конфигурацию программ и сообщений. Все это приводит к осознанию важности постоянного, безостановочного создания уникальных медиапроектов высокого качества и определенной направленности. Большинство из них основывается на коллективном творчестве, где журналистам предоставляется самовыражение, получение актуальной информации культурно-социальной тематики и ее обсуждение. Каждый журналистский материал – это продукт всего редакционного коллектива.

Медиапроекты социальной направленности адресованы широкой аудитории. Их главной целью является содействие продвижению освещения социально-культурных аспектов и сосредоточению на создаваемых и интерпретируемых ими образах социальной жизни. Происходит определенная трактовка социальных феноменов с учетом интересов тех или иных общественных групп [1].

Трендом последних лет стала активная медиатизация социокультурной сферы, появляются инновационные печатные издания, созданные при участии нескольких организаций: «Культурный алфавит», участниками которого являются театры, музеи, библиотеки, парки, концертные организации, цирки, дома культуры, образовательные организации, выставочные залы, общественные организации и творческие союзы. Радиокomпании (их литературно-драматические редакции) предусматривают наличие в сетке программ передач, представляющих различные области культуры. Телевидение предлагает своей аудитории каналы и программные продукты, относящиеся к разным культурным сферам. Интернет, помимо информации, предоставляет возможности виртуальных путешествий и экскурсий, просмотра спектаклей и посещения выставок.

Кроме вещательных организаций, к медиатизации сферы культуры активно присоединяются программoпроизводящие компании. Например, рядом подразделений «Газпром-медиа Холдинга» были заключены контракты на продажу и дистрибуцию собственного контента на международном рынке, а также организовано совместное с иностранными студиями производство программ культурологической направленности. Телекомпания НТВ провела успешную сделку по дистрибуции за рубежом трех собственных сериалов, включая экранизацию романа А. Толстого «Хождение по мукам».

До сих пор массовое распространение онлайн-видеотрансляций сдерживало лишь несколько факторов: стоимость и качество мобильного интернета, распространение смартфонов. Однако 2015 г. стал в этом плане переломным, и на рынке появилось сразу несколько удобных, недорогих и популярных приложений для онлайн-видеостриминга [3].

Медиапроекты культурологической направленности приобретают все большую популярность. Об этом свидетельствует рост популярности канала «Культура» («Россия К»), который вошел в топ-10 рейтинга (январь 2018 г.) как самый цитируемый в соцмедиа (9 место – 31,6 тыс. гиперссылок) [5]. Этот российский государственный телеканал, входящий в состав ВГТРК, освещает аспекты социокультурной жизни страны во всех ее проявлениях. В эфире телезрителям представляется широкий спектр программ,

посвященных различным направлениям культурной и общественной жизни: музыке, живописи, театру, литературе, кино, религии, науке, образованию и др. Анализ его сетки вещания показал, что любителям искусства предлагается уникальная возможность присутствовать виртуально на конкурсах музыкантов.

Так, проект «Большая опера» – единственный профессиональный телевизионный конкурс молодых оперных певцов, призванный помочь им обрести популярность; «Большой джаз» – состязание талантливых джазовых исполнителей России (саксофонистов, пианистов, контрабасистов, гитаристов, ударников, трубачей и вокалистов), выявляющее новые имена в джазовой культуре; «Большой конкурс» (дневники XV Международного конкурса имени П. И. Чайковского) – хронология конкурса, иллюстрированная фрагментами выступлений конкурсантов по всем специальностям, видеосюжетами, репортажами из пресс-центра, интервью с гостями, обзорами текущих событий и обсуждением их в студии, а также прямыми включениями конкурсных прослушиваний из концертных залов Москвы и Санкт-Петербурга; «Нано-опера» (Международный конкурс молодых оперных режиссеров) – проект московского музыкального театра «Геликон-опера», нацеленный на выявление новых имен; «Оркестр будущего» – конкурс-отбор, в котором знаменитый музыкант Ю. Башмет дает шанс талантливым юным музыкантам из разных городов России войти в состав Всероссийского юношеского симфонического оркестра; «Синяя птица», в котором телезрители встречаются с талантливыми и блистательными юными артистами страны. Программа «Царская ложа» знакомит с текущими событиями музыкальной культурной жизни: премьерами, фестивалями, встречами с музыкальными и театральными деятелями. Канал «Культура» не обходит вниманием и почитателей других видов искусств, например, балета. Проект «Большой балет» – испытание для молодых исполнителей, в котором танцовщики выступают в новых для себя телевизионных условиях, партиях, амплуа.

Для любителей и знатоков истории культуры на канале созданы свои проекты. «XX век» собрал лучшие программы российского телевидения, это своеобразный взгляд из XXI в. на важнейшие события прошлого столетия. Альманах по истории музыкальной культуры «Абсолютный слух» – познавательный тележурнал, освещающий разные стили и направления, жанры и эпохи. Историко-публицистическая программа «Власть факта» – это история с точки зрения тех, кто знает все ее детали. Документальный цикл познавательно-приключенческих программ «Искатели» посвящен общественно значимым событиям истории России и зарубежья, а также личным историям известных людей, которые оставили потомкам много вопросов, тайн и загадок. Историко-просветительская программа «Кто мы?» – попытка осмысления наиболее сложных и противоречивых моментов российской истории и национального самосознания, а также создания обобщенного портрета русской цивилизации в самых широких временных и географических рамках. «Моя любовь – Россия!» (ведущий – П. К. Броше) под неожиданным ракурсом представляет эмоциональный рассказ о жизни многонациональной России и ее регионов, культурных традициях народов. Взгляд на забытые события представляет программа «Нефронтовые заметки» – документальный сериал, рассказывающий об одной из самых неизученных страниц трагической истории нашей страны, Первой мировой войне. История мировой культуры в известных и в пока скрытых от широкого зрителя эпизодах, в их взаимосвязи друг с другом, с памятью и духовной жизнью – тема передач цикла «Пятое измерение» (автор и ведущая – президент ГМИИ И. А. Антонова).

Для почитателей классической музыки созданы проект «Романтика романса» (о его истории и обо всем, что с ним связано) и музыкально-просветительская программа С. Спиваковой «Нескучная классика». Канал представляет телезрителям возможность участвовать в дискуссиях о взаимовлиянии культуры, искусства, науки и образования на общество (Ток-шоу «АГОРА»). Неформальное общение творческих людей, интервью с ве-

душными деятелями искусств, диалоги и беседы, обсуждение острых и важных проблем современной жизни России и мира представлены в программах «Белая студия. Интервью», «Ближний круг», «Главная роль», «Что делать?», «2 Верник 2». Большое внимание уделяется передачам, направленным на поддержание традиций («Правила жизни», «Пряничный домик»), осмысление вечных библейских сюжетов («Библейский сюжет»). Галерея портретов удивительных творческих личностей предстает в проектах «Больше, чем любовь» и «Гении и злодеи». Для почитателей театра есть целый спектр программ: «Эрмитаж» – авторская программа М. Пиотровского, посвященная истории и уникальным собраниям музея; «Билет в Большой» – о Большом театре, символе российской культуры. Для знакомства с шедеврами русской классики полные телеверсии оперных и балетных постановок ведущих театров мира даны в программе «Шедевры мирового музыкального театра».

Для киноманов канал предлагает цикл передач о документальном кино и выдающихся документалистах («Документальная камера»). Множество интересных встреч с крупнейшими кинематографистами мира ожидает зрителя в программе «Кинескоп с Петром Шепотинником»; сюжеты и фильмы (предметы культа вчера, сегодня и завтра) представлены в проекте «Культ кино»; «Легенды мирового кино» – о людях, чьи имена навсегда вошли в историю мирового кинематографа; свой особый взгляд на современное актуальное независимое кино с широкой географией в одноименном проекте демонстрирует С. Клебанов. Творчество как драма идей, которая на экране тесно переплетается с человеческими драмами, – главная тема цикла «Острова». Авторский проект С. Соловьева «САС. Те, с которыми я» – образец мемуарного жанра, снятый живо, честно, искренне, с иронией по отношению к себе и с большой симпатией к людям, с которыми сводила режиссера судьба, а кинематографу первых десятилетий XX в. посвящена передача «Шедевры старого кино». В цикле литературных программ «Кинопоэзия» известные актеры театра и кино представляют свое прочтение произведений классиков.

Канал «Культура» представляет циклы передач о науке («Жизнь замечательных идей», «Научный стендап», «Черные дыры. Белые пятна», «ACADEMIA»), литературе («Игра в бисер», «Послушайте!»), искусстве («Искусственный отбор», «Кто там...», «История искусства»), путешествиях (телеэкскурсии «Пешком...», «Письма из провинции»).

Повышенному интересу к культуре в немалой степени способствовало появление современных медиапроектов: оригинальна телепрограмма культурной тематики «Медиапроект „АРТИСТ“» – сайт о культурной и общественной жизни. В качестве актуального медиапроекта может выступать и любая другая форма медийной репрезентации личного, профессионального опыта либо интереса.

Тенденцией последнего времени стал уход медиа в ниши и создание нишевых (маленьких) медиапроектов – независимый сегмент, получивший распространение в 2014–2017 гг. Это объясняется тем, что социальные сети опутывают весь мир своей паутиной, обгоняют традиционные медиа. Если раньше считалось, что одна большая серьезная газета позволяет быть в курсе всех важных событий, то сегодня благодаря современным технологиям человек может в просмотрном режиме отслеживать все события социокультурной жизни в СМИ и блогах.

**Резюме.** Таким образом, современное социокультурное пространство находится под постоянным вниманием массмедиа. Среди наиболее явных тенденций медиатизации социокультурного процесса следует отметить вытеснение в медиaprостранство досуговых практик; информационное и социальное сопровождение культурного процесса, удовлетворяющее потребностям общества в информации и социализации; медиатизацию социально-культурной жизни с использованием новых подходов, форм и методов получения знаний, технологических разработок, в том числе современных гаджетов. Кроме того, медиатизация определяет новые условия подачи на интернет-ресурсах невербальной и вербальной информации, моду на веб-оформление, порождает появление синтезиро-

ванных форм медиадосуга. Постоянно обновляемые и создаваемые медиапроекты социальной направленности, адресованные широкой аудитории, способствуют трактовке социальных феноменов с учетом интересов всех общественных групп. Популяризации социокультурных медиапроектов во многом способствует и появление удобных, недорогих и популярных приложений для онлайн-видеостриминга. Среди трендов последнего времени наблюдается также и уход медиа в ниши путем создания небольших медиапроектов, рассчитанных на независимый сегмент. Для каждой аудитории есть специальные проекты, отражающие те важные процессы, которые происходят в культурной жизни страны и мира. Современный медиадискурс охватывает весь спектр социокультурного процесса.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бердникова Э. Н. Виртуальные формы социальных коммуникаций // Вопросы культурологии. – 2009. – № 10. – С. 42–43.
2. Вартанова Е. Л. СМИ и журналистика в постиндустриальном обществе [Электронный ресурс] // Медиаскоп. – 2009. – Режим доступа : <http://www.mediascope.ru/node/352>.
3. Десять трендов новых медиа в 2016 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mediatoolbox.ru/trends2016/>.
4. Еремина Д. Медиааскетизм. Как перестать смотреть сериалы и начать жить [Электронный ресурс] // Модный Петербург. – Режим доступа : <http://modny.spb.ru/articles/mediaasketizm>.
5. Компания «Медialogия» подготовила рейтинг самых цитируемых СМИ за январь 2018 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mlg.ru/~QC2OU>.
6. Маклюэн М. Г. Понимание медиа: внешнее расширение человека / пер. с англ. В. Николаева. – М., 2007. – 464 с.
7. Мансурова В. Д. «Медийный» человек как проекция цифровой онтологии [Электронный ресурс] // Известия Алтайского государственного университета. – 2010. – № 2, ч. 2. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/mediynyy-chelovek-kak-proektsiya-digitalnoy-ontologii>.
8. Мансурова В. Д. «Медийный» человек российской провинции: динамика социального взаимодействия. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2011. – 207 с.
9. Моргунов А. А. Процессы медиатизации в современной культуре: сущность и последствия [Электронный ресурс] // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». – 2013. – Вып. 4. – С. 3038. – Режим доступа : <http://eprints.tversu.ru/4226/30-38.pdf>.
10. Степанова С. Е., Малышева Е. С., Чернова С. Э. Изучение коммуникативной активности студенческой молодежи в образовательной интернет-среде // Менеджмент и маркетинг: теория и практика : сборник научных статей. – Чебоксары, 2018. – С. 447–454.
11. Шмелева Т. В. Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования // Вестник Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. – 2015. – № 90. – С. 145–148.

S. E. Lebedeva<sup>1</sup>, G. V. Vakku<sup>1</sup>, S. E. Stepanova<sup>2</sup>, A. E. Kasatkina<sup>1</sup>

MAIN TRENDS IN MEDIATIZATION OF MODERN  
SOCIO-CULTURAL SPACE

<sup>1</sup>Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia

<sup>2</sup>I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University, Cheboksary, Russia

**Abstract.** Modern socio-cultural process is characterized by intense mediatization, which implies an increasing impact of mass media on modern society. Mass media provide information and social support for education, leisure and culture. The article is devoted to the modern process of mediatization, main trends in the areas which used to be rather far from the focus of the media. It also reveals the concepts of mediatization of the sphere of culture and the influence of mediatization on the transformation of media consumption.

**Keywords:** mediatization, socio-cultural space, edutainment, media projects, media products.

REFERENCES

1. *Berdnikova E. N.* Virtual'nye formy social'nykh kommunikacij // Voprosy kul'turologii. – 2009. – № 10. – S. 42–43.
2. *Vartanova E. L.* SMI i zhurnalistika v postindustrial'nom obshchestve [Elektronnyj resurs] // Mediaskop. – 2009. – Rezhim dostupa : <http://www.mediascope.ru/node/352>.
3. *Desyat' trendov novykh media v 2016 godu* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://mediatoolbox.ru/trends2016/>.
4. *Eremina D.* Mediaasketizm. Kak perestat' smotret' serijal'nyye i nachat' zhit' [Elektronnyj resurs] // Modnyj Peterburg. – Rezhim dostupa : <http://modny.spb.ru/articles/mediaasketizm>.
5. *Kompaniya «Medialogiya» podgotovila rejting samykh citiruemykh SMI za yanvar' 2018 goda* [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://www.mlg.ru/~QC2OU>.
6. *Maklyuen M. G.* Ponimanie media: vneshnee rasshirenie cheloveka / per. s angl. V. Nikolaeva. – M., 2007. – 464 s.
7. *Mansurova V. D.* «Medijnyj» chelovek kak proekciya digital'noj ontologii [Elektronnyj resurs] // Izvestiya Altajskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2010. – № 2, ch. 2. – Rezhim dostupa : <http://cyberleninka.ru/article/n/mediynny-chelovek-kak-proektsiya-digitalnoy-ontologii>.

© Lebedeva S. E., Vakku G. V., Stepanova S. E., Kasatkina A. E., 2018

*Lebedeva, Simona Ernestovna* – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Russian Language, Literature and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia; e-mail: [lebedeva220461@yandex.ru](mailto:lebedeva220461@yandex.ru)

*Vakku, Grigory Vladislavovich* – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Russian Language, Literature and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia; e-mail: [vakku2006@rambler.ru](mailto:vakku2006@rambler.ru)

*Stepanova, Svetlana Evgenyevna* – Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Communication Technologies and Management, I. Yakovlev Chuvash State Pedagogical University, Cheboksary, Russia; e-mail: [clers@mail.ru](mailto:clers@mail.ru)

*Kasatkina, Anastasia Evgenyevna* – Second-year Master's Degree Student, Faculty of Sociology and Journalism, Moscow State University of Humanities and Economics, Moscow, Russia; e-mail: [stasyakasatkuna@gmail.com](mailto:stasyakasatkuna@gmail.com)

The article was contributed on August 08, 2018

8. *Mansurova V. D.* «Medijnyj» chelovek rossijskoj provincii: dinamika social'nogo vzaimodejstviya. – Barnaul : Izd-vo Alt. un-ta, 2011. – 207 s.

9. *Morgunov A. A.* Processy mediatizacii v sovremennoj kul'ture: sushhnost' i posledstviya [Elektronnyj resurs] // Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Filosofiya». – 2013. – Vyp. 4. – S. 3038. – Rezhim dostupa : <http://eprints.tversu.ru/4226/30-38.pdf>.

10. *Stepanova S. E., Malysheva E. S., Chernova S. E.* Izuchenie kommunikativnoj aktivnosti studencheskoj molodezhi v obrazovatel'noj internet-srede // Menedzhment i marketing: teoriya i praktika : sbornik nauchnykh statej. – Cheboksary, 2018. – S. 447–454.

11. *Shmeleva T. V.* Mediatizaciya kak fenomen sovremennoj kul'tury i ob"ekt issledovaniya // Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Yaroslava Mudrogo. – 2015. – № 90. – S. 145–148.