Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 2 (60). С. 141–150.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2026;2(60): 141–150.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья
УДК 659.3:316.77
DOI 10.47475/2070-0695-2026-60-2-141-150

МЕДИАТИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Светлана Сергеевна Распопова[1], Елена Валерьевна Жильцова[2]
[1] Московский политехнический университет, Московский международный университет, Москва, Россия
[2] Московский международный университет, Москва, Россия
[1]ccpmiass@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-4169-7361, SPIN-код: 9618-6834
[2] aleksissa@yandex.ru, https://orcid.org/0009-0008-4352-5401, SPIN-код: 2445-9457

Аннотация. В статье представлены различные трактовки понятий «медиатизация» и «социальная сфера». Медиатизация охарактеризована как процесс, в ходе которого общество подчиняется медиа или становится зависимым от них. Социальная сфера рассмотрена как совокупность общественных институтов и видов деятельности, направленных на обеспечение жизнедеятельности населения и удовлетворение его социальных потребностей. Предпринята попытка систематизации теоретических подходов к исследованию медиатизации социальной сферы. Авторами статьи были выделены пять теоретических подходов: институциональный, технологический, коммуникативный, социокультурный и синтетический (интегративный), которые рассмотрены в аспекте их применения к исследованию социальной сферы. Институциональный подход в изучении медиатизации позволяет трактовать медиа как самостоятельный социальный институт, оказывающий существенное влияние на другие социальные институты. Технологический подход рассматривает медиатизацию как процесс, обусловленный развитием медиатехнологий, которые определяют формы и способы организации социальной жизни. Коммуникативный подход позволяет изучать медиатизацию как процесс изменения форм взаимодействия, интерпретации и производства смыслов в условиях медиасреды. В аспекте социокультурного подхода медиатизация исследуется с позиции трансформации культурных оснований социальной жизни, затрагивающих способы производства, распространения и интерпретации смыслов. «Интегративная рамка» представлена как метаподход, который охватывает институциональные, технологические, коммуникативные и социокультурные изменения общества. В статье отмечается, что существующие теоретические подходы к исследованию медиатизации функционируют в научном дискурсе изолированно друг от друга, что затрудняет их использование применительно к конкретным сферам общественной жизни. В качестве основного метода исследования рассматривается метаподход, интегрирующий в себе другие подходы. В статье предпринята попытка проанализировать области применения названных выше подходов к исследованию социальной сферы, где медиа определяют параметры современного функционирования и развития социальных институтов. В качестве вывода отмечается, что медиатизация представляет собой многоуровневое явление, исследование которого применительно к социальной сфере требует междисциплинарного подхода.

Ключевые слова*:* медиатизация, социальная сфера, цифровые медиакоммуникации, институциональный подход, технологический подход, коммуникативный подход, социокультурный подход, интегративный подход

Для цитирования: Распопова С. С., Жильцова Е. В. Медиатизация социальной сферы: теоретические подходы исследования // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 2 (60). С. 141–150. doi: 10.47475/2070-0695-2026-60-2-141-150

Original article

MEDIATIZATION OF THE SOCIAL SPHERE: THEORETICAL RESEARCH APPROACHES

Svetlana S. Raspopova[1], Elena V. Zhiltsova[2]
[1] Moscow Polytechnic University, Moscow International University, Moscow, Russia
[2] Moscow International University, Moscow, Russia,
[1] ccpmiass@mail.ru, https://orcid.org/0000-0003-4169-7361, SPIN-code: 9618-6834
[2] aleksissa@yandex.ru, https://orcid.org/0009-0008-4352-5401, SPIN-code: 2445-9457

Abstract. This article presents various interpretations of the concepts of "mediatization" and "the social sphere." Mediatization is characterized as a process through which society becomes subordinated to media or dependent upon them. The social sphere is examined as a set of social institutions and activities aimed at ensuring the livelihood of the population and satisfying its social needs. An attempt is made to systematize theoretical approaches to the study of the mediatization of the social sphere. The authors identify five theoretical approaches: institutional, technological, communicative, sociocultural, and synthetic (integrative), each considered in terms of its application to the study of the social sphere. The institutional approach to studying mediatization allows for interpreting media as an independent social institution that exerts significant influence on other social institutions. The technological approach views mediatization as a process driven by the development of media technologies, which determine the forms and methods of organizing social life. The communicative approach enables the study of mediatization as a process of changing forms of interaction, interpretation, and the production of meaning within the media environment. From the perspective of the sociocultural approach, mediatization is examined in terms of the transformation of the cultural foundations of social life, affecting the ways in which meanings are produced, disseminated, and interpreted. The "integrative framework" is presented as a meta-approach encompassing institutional, technological, communicative, and sociocultural changes in society. The article notes that existing theoretical approaches to the study of mediatization operate in isolation from one another within scholarly discourse, which complicates their application to specific spheres of social life. The primary research method is considered to be the meta-approach, which integrates other approaches. The article attempts to analyze the areas of application of the aforementioned approaches to the study of the social sphere, where media determine the parameters of the contemporary functioning and development of social institutions. In conclusion, it is noted that mediatization is a multi-level phenomenon whose study in relation to the social sphere requires an interdisciplinary approach.

Key words: mediatization, social sphere, digital media communications, institutional approach, technological approach, communicative approach, sociocultural approach, integrative approach

For citations: Raspopova S. S., Zhiltsova E. V. (2026) Mediatization of the social sphere: theoretical research approaches. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 2(60), 141–150. doi: 10.47475/2070-0695-2026-60-2-141-150 (In Russ.)

Введение

Понятие «медиатизация» – это сложившееся представление о развитии современной социальной реальности под воздействием медиа. Медиатизация достигается за счет того, что цифровые медиакоммуникации в последние десятилетия становятся одним из ключевых факторов трансформации общества. Они кардинально меняют характер взаимодействия между индивидами, группами и социальными институтами, что сказывается на функционировании социальных институтов, здравоохранении, образовании, сферы социальной защиты и коммунального хозяйства и др. С учетом того, что в социальную сферу в той или иной степени включено большое количество граждан, процесс ее реорганизации под влиянием цифровых платформ, социальных сетей и алгоритмизированных систем, заметен всем и каждому. Медиа постоянно сопровождают развитие общества, оказывая воздействие на выработку новых принципов функционирования, способов внедрения различных форм, каналов коммуникации и практик взаимодействия социальных субъектов, что, несомненно, оказывает влияние на способы конструирования общественной повестки дня. Процессы медиатизации социальной сферы вызывают сегодня большой исследовательский интерес социологов, философов, журналистов, специалистов в области коммуникаций, которые объединяют свои усилия в осмыслении феномена медиатизации общества. В контексте сказанного отметим значимость работ отечественных и зарубежных исследователей, анализирующих медиа как системный фактор социальных изменений (Hjarvard 2008; Couldry, Hepp 2013; Schulz 2004; Krotz 2007; Hepp 2013; Lundby 2009; Вартанова 2019; Коломиец 2020; Коломиец 2023). Медиатизация охватывает не только способы получения информации, но и механизмы принятия решений, формы участия граждан в социальных процессах, а также модели взаимодействия между институтами и людьми. Вместе с тем, в научном дискурсе пока не сложилось целостного представления о процессах проникновения медиа во все сферы социальной жизни. В этих условиях исследование медиатизации социальной сферы приобретает не только теоретическую, но и практическую значимость. Исходя из сказанного выше, целью данной статьи является попытка систематизации теоретических подходов к процессам медиатизации и анализ их использования в социальной сфере.

К осмыслению теоретических понятий «медиатизация» и «социальная сфера»

История становления понятия *«медиатизация»* связана с развитием теории медиа и коммуникаций, которую исследователи относят ко второй половине XX века. Изначально медиатизация рассматривалась в числе центральных категорий коммуникативистики и социологии медиа. С. Хьярвард определяет

медиатизацию как процесс, в ходе которого общество в возрастающей степени подчиняется медиа или становится зависимым от их логики (Hjarvard 2008: 113). Исследователи Н. Коулдри и А. Хепп в своих работах обращают внимание на то, что в условиях цифровизации медиа оказываются встроенными в процессы конструирования социальной реальности, что требует переосмысления самой связи между медиа и обществом (Couldry, Hepp 2013: 196). Вместе с тем, несмотря на широкое использования понятия «медиатизация» в различных практиках, в научном дискурсе пока не сложилось общепринятого представления. Как отмечает исследователь Н. А. Федотова, «на сегодня нет непротиворечивого конвенционального единства в том, какое концептуальное наполнение имеет понятие "медиатизация"» (Федотова 2022: 61). Также отечественные исследователи обращают внимание на размытость и историческую изменчивость самого концепта: Д. И. Шаронов указывает, что границы понятия «медиатизация» носят во многом условный характер и претерпевали существенные трансформации в процессе научного осмысления (Шаронов 2017). Основой теории медиатизации принято рассматривать исследование Д. Алтейда и Р. Сноу *Media Logic* (1979), в котором впервые было введено понятие «медиалогика» – специфический способ организации и интерпретации социальной реальности средствами медиа (Altheide, Snow 1979). Медиалогика как научное направление исследует формат представления информации, способы отбора и ее структурирования. Следующим этапом теоретического осмысления процессов медиатизации на теоретическом уровне стало разграничение таких понятий как «опосредование» (*mediation*) и «медиатизация» (*mediatization*). В аспекте сказанного отметим роль таких исследователей как Н. Коулдри и А. Хепп, которые отмечали, если mediation обозначает общий процесс коммуникации через медиа, то mediatization фиксирует исторический процесс, в ходе которого медиа все более глубоко встраиваются в различные сферы социальной жизни и влияют на нее (Couldry, Hepp 2013). Таким образом, можно говорить о том, что медиатизация рассматривается исследователями как долгосрочный процесс, связанный с возрастающей ролью медиа в различных сферах социальной жизни. Исследователи В. Шульц, Ф. Кротц, К. Лундби в своих трудах заложили основы концепции медиатизации:

– модель четырех измерений медиатизации расширение, замещение, слияние и аккомодацию (Schulz 2004);

– медиатизация как о метапроцессе, сопоставимом по масштабу с глобализацией и индивидуализацией (Krotz 2007);

– медиатизация как эмпирически наблюдаемый процесс и как аналитическая рамка исследования (Lundby 2009: 9).

Как видим, медиатизация – это комплексный процесс, отражающий возрастающую интеграцию медиа в социальную жизнь и трансформацию практик, институтов и культурных форм под их влиянием.

В целом, несмотря на различия в акцентах, большинство исследователей сходятся в том, что медиатизация – это не единовременное событие, а длительный исторический процесс, характеризующийся нарастающей зависимостью социальных практик от медиа. Именно это делает понятие «медиатизация» продуктивным инструментом анализа изменений, происходящих как в отдельных сферах общественной жизни, так и в обществе в целом. Перспективным направлением в этом отношении является концепция медиатизированных миров, предложенная Е. Г. Нимом: согласно данному подходу, процессы медиатизации культуры и общества следует изучать на уровне отдельных «социальных миров» и «малых жизненных миров», артикулированных через медиакоммуникации, что позволяет идентифицировать и описывать проявления медиатизации в конкретных сегментах социальной реальности (Ним 2017).

Социальная сфера – это различные общественные институты, обеспечивающие жизнедеятельность людей с точки зрения удовлетворения их социальных потребностей. Исследователи Л. П. Кураков, В. Л. Кураков и А. Л. Кураков определяют социальную сферу как «совокупность отраслей, предприятий и организаций, непосредственно связанных и формирующих уровень жизни населения, его благосостояние» (Кураков Л. П., Кураков В. Л., Кураков А. Л. Большой энциклопедический экономико-юридический словарь. М., 2004). По мнению А. П. Недригайловой, социальная сфера «оказывает непосредственное влияние на качество жизни и уровень благосостояния населения» (Недригайлова 2020), что говорит о ее функциональной направленности. Исследователи Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский и Е. Б. Стародубцева социальную сферу рассматривают как совокупность отраслей, обеспечивающих воспроизводство человеческого капитала и качество жизни населения, включая образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культуру, сферу услуг и коммунальную инфраструктуру (Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М. : ИНФРА-М, 1999). Сказанное выше позволяет говорить о том, что социальная сфера представляет собой систему общественных отношений и институциональных практик, связанных с созданием, распределением и потреблением социальных благ и услуг. Сегодня, в условиях развития информационных технологий социальная сфера все больше медиатизируется, и проявляет себя в появлении и развитии социальных коммуникаций. В рамках нашего исследования мы под социальной сферой будет рассматривать совокупность отраслей, обсуживающих базовые потребности человека.

Теоретические подходы к исследованию медиатизации социальной сферы: опыт классификации

В научном дискурсе медиатизация рассматривается в рамках многочисленных теоретических подходов. В настоящем исследовании нами была предпринята попытка классифицировать отдельные теоретические подходы к осмыслению медиатизации социальной сфере. Выделяемые в статье институциональный, технологический, коммуникативный, социокультурный и синтетический (интегративный) подходы предлагают разные аналитические оптики и различаются по методологическим основаниям, уровню анализа и набору концептуальных категорий.

Институциональный подход

Институциональный подход к исследованию медиатизации исходит из понимания медиа как самостоятельного социального института, обладающего собственной логикой функционирования и оказывающего системное влияние на другие сферы общественной жизни. С позиции институционального подхода медиатизация рассматривается как процесс институциональной трансформации, в ходе которого медиа не только интегрируются в деятельность социальных институтов, но и задают параметры их функционирования. Эта исследовательская линия получила развитие прежде всего в работах С. Хьярварда, который определяет медиатизацию как «двусторонний процесс»: «Mediatization refers to a double-sided process in which media have become integrated into the operations of other social institutions, while they have also acquired the status of social institutions in their own right» (Hjarvard 2008: 113). Аналогичная позиция утверждается и в работах В. Шульц и Й. Стрёмбэк, которые связывают процессы медиатизации с тенденциями развития институциональной логики и факторами, усиливающими влияние медиалогики на различные сферы общественной жизни (Schulz 2004; Strömbäck 2008). Ключевым принципом институционального подхода выступает принцип институциональной автономии и взаимной адаптации: медиа – самостоятельный институт, формирующий правила функционирования других социальных систем. В отечественной науке институциональный аспект медиатизации представлен, в частности, в работах И. М. Дзялошинского и М. И. Дзялошинской, которые отмечают, что «институты масс-медиа <…> формируют представления о важности социальных проблем» (Дзялошинский, Дзялошинская 2015). Тем самым раскрывается институциональный механизм медиатизации: медиа не только информируют, но и участвуют в формировании общественной повестки. Исследователь А. И. Черных рассматривает медиа как институционализированные структуры, оказывающие системное воздействие на общество, подчеркивая их роль в формировании социальных практик и общественного сознания. Анализ современной социальной сферы позволят нам констатировать с позиции институционального подхода, что медиа кардинальным образом изменили состояние инфраструктуры и повлияли на функционирование социальных институтов. Так, развитие цифровых государственных сервисов (например, платформы получения государственных услуг и подачи обращений – mos.ru, gosuslugi.ru; государственная информационная система в сфере жилищно-коммунального хозяйства ГИС ЖКХ – dom.gosuslugi.ru; цифровая платформа налоговой службы – nalog.ru) демонстрирует прямую медиатизацию: ключевые функции социальных институтов переносятся в медиасреду.

Трансформация системы здравоохранения является ярким примером, где медиатизация проявляется в переходе к цифровым форматам коммуникации между врачом и пациентом, дистанционной диагностике и телемедицинским сервисам. Например, мобильное приложение для записи к врачу – ЕМИАС.ИНФО в Москве, дает возможность не только записаться к врачу, но и предоставляет более широкие возможности: сохранение данных посещений врача, назначений, результатов, проведенных исследований и анализов.

Также показательным примером институционализации таких практик служит постановление Правительства РФ от 26 января 2026 года № 40, обязывающее управляющие компании, ТСЖ и жилищные кооперативы с 1 сентября 2026 года осуществлять официальное взаимодействие с жителями через национальный мессенджер MAX. Официальный домовой чат при этом встраивается в систему ГИС ЖКХ через специализированный чат-бот: владельцем канала выступает жилищная инспекция, а не частное лицо, что придает коммуникации юридически значимый статус. Участие жителей остается добровольным, однако именно через этот канал управляющие организации обязаны направлять официальные уведомления, а граждане получают возможность подавать обращения с гарантированным документально зафиксированным ответом. Тем самым коммуникативная среда мессенджера трансформируется из неформального пространства взаимодействия в элемент государственной инфраструктуры управления жилищной сферой, что наглядно иллюстрирует механизм медиатизации социального института через закрепление медиаканала в нормативно-правовых актах.

Таким образом, с позиции институционального подхода медиатизация социальной сферы представляет собой процесс, в ходе которого медиа превращаются в ключевую инфраструктуру, обеспечивающую функционирование социальных институтов.

Технологический подход

Технологический подход к рассмотрению процессов медиатизации исходит из представления о том,

что ключевым фактором социальных изменений выступают материальные и технические характеристики медиасреды. Технологический подход позволяет рассматривать медиатизацию как процесс, обусловленный развитием медиатехнологий, которые задают формы и способы организации социальной жизни. Истоки методологии технологического процесса восходят к работам Г. Инниса и М. Маклюэна, сформулировавшего тезис «the medium is the message» (McLuhan 1964), согласно которому именно свойства медиума, а не содержание сообщений, определяют характер социального взаимодействия. Медиатехнологии тем самым выступают как «расширения человека» (*extensions of man*), трансформируя восприятие, коммуникацию и социальные практики. Современное развитие технологического подхода тесно связано с анализом цифровых медиа, алгоритмических систем и платформенной инфраструктуры, в рамках которого медиатизация понимается как результат усложнения технологической среды и ее возрастающего влияния на социальные процессы (Hepp 2020). Принцип технологической детерминации составляет методологическое ядро данного подхода: именно технические и инфраструктурные характеристики медиасреды определяют характер трансформации социальных практик. Применительно к социальной сфере технологический подход в исследовании медиатизации используется в изучении цифровой трансформации, где технологическая инфраструктура становится основой организации процессов. В частности, в сфере жилищно-коммунального хозяйства внедрение цифровых платформ, систем обработки данных, чат-ботов и автоматизированных сервисов формирует среду, в которой управление и взаимодействие строятся на основе алгоритмов и цифровых сценариев. Существенное значение приобретает датафикация и алгоритмизация: сбор и анализ данных, автоматическая маршрутизация заявок, внедрение систем искусственного интеллекта в контактные центры и сервисные службы. Управляющие компании внедряют в работу мобильные приложения, которые позволяют максимально автоматизировать процессы взаимодействия с собственниками, например, «Домопульт» (https://domopult.ru); система «Жилищный стандарт» (https://www.it-uk.ru); «ДомовоИИ» (https://domovoii.ru). Такая крупная российская технологическая компания как Яндекс, понимая актуальность развития данного направления, в 2025 году купили цифровой сервис для управляющих компаний «Домиленд» (https://domyland.ru).

Именно такой подход позволяет компаниям переходить к проактивным моделям управления и оперативной корректировке решений на основе цифровых данных. Те же закономерности характерны и для здравоохранения (телемедицина, цифровые сервисы), образования (онлайн-платформы и адаптивные системы обучения) и сферы государственных услуг.

В образовании технологическая медиатизация выражается в использовании адаптивных платформ, систем управления обучением (LMS) и инструментов искусственного интеллекта, которые трансформируют не только форму, но и содержание образовательного процесса. В сфере социальной защиты цифровые технологии позволяют автоматизировать назначение льгот и субсидий, сократить бюрократические процедуры и обеспечить проактивное информирование граждан.

Таким образом, в рамках технологического подхода цифровые технологии исследуются не просто как инструмент, а структурообразующий фактор, определяющий логику организации социальных процессов в условиях медиатизации.

Коммуникативный подход

Коммуникативный подход применительно к рассмотрению медиатизации основан на представлении, что ключевые изменения в обществе связаны с трансформацией коммуникативных практик, посредством которых конструируется социальная реальность. Коммуникативный подход исследования позволяет анализировать медиатизацию как процесс изменения форм взаимодействия, интерпретации и производства смыслов в условиях медиасреды. Свое теоретическое оформление этот подход получил в работах Ф. Кротца, который трактует медиатизацию как метапроцесс: «mediatization is a meta-process which describes the change of everyday communication and social relations» (Krotz 2007). Здесь речь идет не об увеличении числа медиа, а об изменении самой структуры повседневной коммуникации и способов конструирования социальной реальности. В аспекте сказанного отметим работы А. Хеппа, который в научный оборот ввел такое понятие как «медиатизированные миры» (*mediatized worlds*), коммуникация в различных социальных контекстах все в большей степени структурируется медиасредой (Hepp 2013). В основе коммуникативного подхода лежит принцип конструирования социальной реальности через общение: медиатизация проявляется прежде всего в изменении коммуникативных практик, интерпретаций и механизмов формирования коллективных представлений. Коммуникативный подход эффективно применяется в изучении цифровой среды социальной сферы, где взаимодействие между участниками приобретает сетевой и горизонтальный характер. В частности, в сфере жилищно-коммунального хозяйства формируются параллельные цифровые пространства коммуникации. Жители многоквартирных домов создают собственные чаты в Telegram и MAX – горизонтальные площадки, намеренно закрытые от представителей управляющих компаний: именно здесь обсуждаются недостатки в работе организаций, формируются коллективные оценки и прорабатываются инициативы по смене УК. Управляющие компании, в свою очередь, выстраивают

собственные каналы открытого диалога с жителями, функционирующие в режиме постоянной обратной связи. В обоих случаях происходит не только обмен информацией, но и коллективное формирование повестки: распространяются интерпретации событий, складываются оценки деятельности социальных акторов. Коммуникация становится фактором, определяющим восприятие социальной реальности, а граница между производителем и потребителем информации размывается.

В сфере образования коммуникативная медиатизация выражается в формировании образовательных онлайн-сообществ, где участники совместно конструируют знание через обсуждения, обмен материалами и коллективное решение задач. Среди российских примеров выделяется платформа Stepik, где раздел комментариев и форум решений к каждому заданию образуют горизонтальную среду взаимообучения, а межвузовская платформа «Открытое образование» объединяет студентов ведущих российских университетов в совместном освоении дисциплин. В системе здравоохранения форумы для пациентов и медицинские онлайн-сообщества становятся пространствами, где формируются альтернативные медицинские нарративы и коллективное знание о здоровье. Показательны в этом отношении онкологические сообщества в Telegram – такие как «Крутышки» и «ОнкоПодружки», объединяющие тысячи пациентов: участники совместно отслеживают изменения в клинических рекомендациях, обмениваются опытом лечения и формируют коллективное понимание заболевания, нередко опережающее официальную медицинскую коммуникацию.

В более широком теоретическом контексте коммуникационный подход может быть охарактеризован как методологический сдвиг к анализу социальной реальности «в её процессуальной, реляционной и медиатизированной форме» (Артамонов и др. 2026: 34), что делает его особенно продуктивным инструментом исследования медиатизации социальной сферы. Так, коммуникативный подход позволяет взглянуть на медиатизацию как процесс трансформации механизмов социального взаимодействия, при которой коммуникация становится центральным фактором формирования социальной реальности.

Социокультурный подход

Опора на социокультурный подход позволяет исследователям рассматривать взаимосвязь медиа с процессами символического производства, формирования идентичностей и культурных значений. С позиции социокультурного подхода медиатизация связана с трансформацией культурных оснований социальной жизни, затрагивающих способы производства, распространения и интерпретации смыслов. Исследователь Дж. Б. Томпсон полагал, что медиа создают социум «institutionalized mechanisms for the production and dissemination of symbolic forms» (Thompson 1995: 26). Медиа предстают не просто как каналы передачи информации, но являются ключевыми агентами культурного производства, формирующими символическое пространство общества. С. Ливингстон отмечал проникающий характер медиа, указывая на их включенность в различные сферы социальной и культурной жизни (Livingstone 2009). Ядром социокультурного подхода является принцип символического производства: медиатизация прежде всего меняет культурные коды, ценности, нормы и идентичности, сквозь призму которых воспринимается социальная реальность. В отечественной научной традиции данное направление получило развитие в работах Н. Б. Кирилловой, рассматривающей медиакультуру как среду формирования культурных значений (Кириллова 2005), а также в трудах Е. Л. Вартановой, по мнению которой трансформация медиасреды и развитие гибридных форм коммуникации в условиях цифровизации формируют общественную среду (Вартанова 2019). В числе исследователей, которые отмечают социокультурный характер медиа, находится Е. А. Островская, которая отмечает, что медиатизация затрагивает даже такие традиционно устойчивые сферы, как религия, формируя новые формы культурных и социальных практик (Островская 2019).

Аналогичные процессы прослеживаются в сфере образования, где медиатизация порождает трансформацию культурных кодов экспертности и знания. Распространение образовательных блогеров и инфобизнесменов в социальных сетях формирует альтернативные представления о ценности знания: академические институты и дипломы утрачивают монополию на признанную экспертность, тогда как медийная убедительность и количество подписчиков становятся новыми культурными маркерами авторитета, что наглядно демонстрирует феномен так называемых «инфоцыган» – блогеров-инфобизнесменов, продающих образовательные продукты без верифицированной экспертизы (РБК Тренды 2024). С. В. Черненькая фиксирует, что медиатизация ставит научное сообщество перед выбором – стать объектом медийных манипуляций или самому становиться субъектом распространения знания в медиапространстве (Черненькая 2024). Аналогичная логика наблюдается в сфере здравоохранения, где медиатизация формирует новые модели коммуникации врача и пациента, порождая запрос на медийно убедительные форматы медицинской экспертизы (Лядова 2024). Тем самым медиа не просто транслируют знание – они переопределяют само понятие компетентности, задавая новые культурные нормы в образовательном пространстве.

Социокультурное измерение медиатизации особенно заметно в трансформации восприятия социальной сферы и формировании новых ожиданий граждан. В условиях медиатизации социальные институты

оцениваются не только по объективным результатам деятельности, но и через призму медиапредставлений, формируемых в цифровой среде. Особенно наглядно эта логика прослеживается в сфере здравоохранения. Восприятие врача и медицинской организации все в большей степени формируется не личным опытом пациента, а медиаобразами: рейтингами и отзывами на агрегаторах (таких как «ПроДокторов»), публикациями в социальных сетях, визуальным образом специалиста в цифровом пространстве. Медиа тем самым становятся посредником в формировании культурного кода доверия к медицине: символический образ врача, конструируемый в цифровой среде, нередко оказывает большее влияние на поведение пациента, чем объективные показатели качества лечения.

Существенной стороной социокультурной медиатизации выступает также трансформация социальных идентичностей. Цифровые медиа создают условия для публичного оформления и легитимации идентичностей, которые прежде существовали исключительно в приватном пространстве: «родитель особого ребенка», «онкопациент в ремиссии», «многодетная мать в мегаполисе» превращаются в устойчивые публичные категории со своими нормами, языком, ценностными иерархиями и сообществами. Медиатизация, таким образом, не только отражает существующие идентичности, но и активно их конструирует, делая видимыми те социальные группы и опыты, которые ранее оставались за пределами публичного дискурса.

Также и в сфере жилищно-коммунального хозяйства восприятие качества услуг и деятельности управляющих организаций во многом определяется их представленностью в медиасреде: публикациями в социальных сетях, отзывами на картах, визуальными образами и тональностью коммуникации. Эти элементы формируют устойчивые представления и ожидания пользователей, а медиа превращаются в пространство формирования доверия, репутации и культурных норм взаимодействия.

В рамках социокультурного подхода медиатизация рассматривается как процесс культурной трансформации: медиа формируют основания социальной реальности, задавая способы ее восприятия и оценки.

В тексте синтетический (интегративный) подход представлен как равноправный наряду с остальными четырьмя. Однако по логике авторов он фактически является метаподходом, объединяющим остальные. Рекомендуется либо переименовать его в «интегративную рамку» или «многоуровневую модель», либо четко указать, что он не конкурирует с остальными, а надстраивается над ними.

«Интегративная рамка» как метаподход

Этот подход к пониманию феномена медиатизации сформировался как попытка преодоления ограничений отдельных теоретических направлений и выработки целостной аналитической рамки. Он позволяет рассматривать медиатизацию как многомерный процесс, который охватывает институциональные, технологические, коммуникативные и социокультурные изменения в жизни общества. В этой связи отметим работы А. Хеппа, который связывает современный этап медиатизации с процессом «глубинной медиатизации»: «deep mediatization refers to an advanced stage of the mediatization process in which all elements of our social world are intricately related to digital media and their underlying infrastructures» (Hepp 2020). В этой логике медиа перестают выступать внешним инструментом и превращаются в среду, в которой разворачиваются социальные процессы. Существенное значение имеют труды Н. Коулдри и А. Хеппа, рассматривающих медиатизацию в контексте трансформации процессов конструирования социальной реальности (Couldry, Hepp 2016), а также К. Лундби, трактующего медиатизацию одновременно как эмпирический процесс и аналитическую рамку исследования (Lundby 2009). данный подход строится по принципу многоуровневого анализа, где необходимо одновременно учитывать институциональное, технологическое, коммуникативное и социокультурное измерения медиатизации. Исследование медиатизации не сводится к отдельным аспектам, а рассматривается как комплексный процесс, формирующий современную социальную реальность. Метаподход применим в исследовании цифровых экосистем социальной сферы, где различные аспекты медиатизации соединяются в едином процессе. В частности, в сфере жилищно-коммунального хозяйства формируются комплексные цифровые среды, включающие платформы управления, системы обработки данных, коммуникационные каналы и сервисные приложения. В рамках таких экосистем одновременно реализуются институциональные изменения (перенос функций управления в цифровую среду), технологические трансформации (внедрение платформ и алгоритмов), коммуникативные процессы (постоянная обратная связь с пользователями) и социокультурные изменения (формирование новых ожиданий и моделей поведения). Не менее показательны примеры из других секторов социальной сферы. Портал государственных услуг «Госуслуги» (gosuslugi.ru) объединяет в себе институциональную трансформацию (перенос юридически значимых функций в цифровую среду), технологическую инфраструктуру (единая платформа с биометрической идентификацией), коммуникативные практики (уведомления, рейтинги, обратная связь) и социокультурные изменения (формирование нормы цифрового гражданского взаимодействия). Аналогично устроена цифровая образовательная среда: федеральный проект «Сферум» одновременно реструктурирует институт

школы, внедряет технологические платформы, создает новые каналы коммуникации между учителем, учеником и родителем и трансформирует культурные ожидания относительно роли педагога в цифровой среде. В здравоохранении включение телемедицинских консультаций в систему ОМС (с 2023 года) демонстрирует ту же логику: нормативное закрепление, платформенная инфраструктура, дистанционная коммуникация врача и пациента и пересмотр культурной нормы очного обращения за медицинской помощью – все эти измерения реализуются одновременно, что и делает медиатизацию здравоохранения системным, а не локальным процессом.

При анализе медиатизации в социальной сфере метаподход позволяет учитывать взаимосвязь между технологической инфраструктурой, коммуникативными практиками, институциональными преобразованиями и культурными изменениями. Именно благодаря интегративной оптике становится возможным описать комплексную природу цифровой трансформации социальных сервисов, которая не сводится ни к технологическому оснащению, ни к изменению коммуникации в отдельности, а представляет собой системную реконфигурацию всей социальной сферы.

Таким образом, подход, интегрирующий другие подходы, позволяет рассматривать медиатизацию как многоуровневый процесс, в котором цифровые медиакоммуникации одновременно служат инфраструктурой, средой и механизмом трансформации социальных практик.

Для наглядного сопоставления теоретических подходов к исследованию медиатизации в социальной сфере представим их сравнительную характеристику (Табл. 1).

Таблица 1 – Теоретические подходы к медиатизации социальной сферы

Подход	Уровень анализа	Основной фокус	Ключевой принцип	Практическое проявление (социальная сфера)
Институциональный	Макро	Медиа как социальный институт	Институциональная автономия и взаимная адаптация	Цифровые госуслуги, платформы управления, перенос функций институтов в медиасреду
Технологический	Мезо–макро	Технологическая инфраструктура медиа	Технологическая детерминация	Алгоритмы, ИИ, датафикация, автоматизация процессов, цифровые платформы
Коммуникативный	Микро–мезо	Коммуникативные практики	Конструирование социальной реальности через коммуникацию	Чаты, соцсети, цифровые сообщества, формирование повестки и интерпретаций
Социокультурный	Макро	Культура, смыслы, идентичности	Символическое производство и культурная трансформация	Формирование ожиданий, доверия, репутации через медиасреду
Метаподход «интегративая рамка»	Все уровни	Комплексный анализ	Многоуровневость медиатизации	Цифровые экосистемы, интеграция технологий, коммуникации и институтов

Предлагаемая классификация носит обобщающий характер и направлена на систематизацию существующих исследовательских практик. Она позволяет выявить не только различия между подходами, но и их методологические основания, отраженные в ключевых принципах анализа медиатизации.

Заключение

Проведенный анализ показывает, что медиатизация представляет собой сложный и многоуровневый процесс, не сводимый к отдельным аспектам функционирования медиа. Современные исследования демонстрируют, что медиатизация затрагивает институциональные структуры, технологическую инфраструктуру, коммуникативные практики и социокультурные процессы, формируя целостную систему трансформации социальной реальности. Систематизация теоретических подходов позволяет выявить различия в исследовательских оптиках, каждая из которых акцентирует определенное измерение медиатизации. Вместе с тем их сопоставление показывает, что ни один из подходов не обладает исчерпывающим объяснительным потенциалом. Это обусловливает необходимость комплексного анализа, учитывающего взаимосвязь институциональных, технологических, коммуникативных и культурных факторов.

В условиях цифровизации медиакоммуникации выступают не только каналом передачи информации, но и средой организации социальных процессов. Они задают инфраструктуру взаимодействия, формируют коммуникативные пространства, влияют на культурные нормы и определяют механизмы функционирования социальных институтов. Это особенно отчетливо проявляется в социальной сфере, где медиатизация приобретает практическое измерение и выражается в трансформации моделей управления, взаимодействия и восприятия социальных услуг. Примечательно, что данные трансформации охватывают как крупные мегаполисы, так и малые города и сельские территории, постепенно унифицируя стандарты

цифрового взаимодействия граждан и государства в социальной сфере. Таким образом, в современных условиях исследование медиатизации требует междисциплинарного и многоуровневого взгляда, позволяющего учитывать сложную природу медиакоммуникаций и их влияние на социальную реальность. Перспективным направлением дальнейших исследований представляется разработка интегративных моделей анализа медиатизации, ориентированных на изучение конкретных социальных практик в условиях цифровой среды.

Список источников

Артамонов Д. С., Казаков А. А., Мельничук Д. В., Фортунатов А. Н. Коммуникационный подход в гуманитарных науках // Коммуникология. 2026. Т. 14, № 1. С. 26–38. https://doi.org/10.21453/2311-3065-2026-14-1-26-38.

Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. Москва : Издательство Московского университета, 2019. 224 с.

Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Медиатизация социальной сферы // Медиа в современном мире. Молодые исследователи: сб. науч. трудов. Вып. 9. Алматы : Қазақ университеті, 2015. С. 31–40.

Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. Москва : Академический проект, 2005. 448 с.

Коломиец В. П. Медиатизация медиа. Москва : Издательство Московского университета, 2020. 256 с.

Коломиец В. П. Медиатизация как трансформация управленческих практик медиаиндустрии // Книга. Чтение. Медиасреда. 2023. Т. 1, № 1. С. 14–20. https://doi.org/10.20913/BRM-1-1-2.

Лядова А. В. Медиатизация сферы здоровья под влиянием новых медиа: основные направления социологического дискурса // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2024. Т. 30, № 1. С. 53–71. https://doi.org/10.24290/1029-3736-2024-30-1-53-71.

Недригайлова А. П. Социальная сфера // Экономика и социум. 2020. № 12 (79). С. 844–846.

Ним Е. Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23, № 3. С. 8–25. https://doi.org/10.19181/socjour.2017.23.3.5361.

Островская Е. А. Цифровизация православных ритуалов и практик: методология и направления исследования // Религия и Коммуникация: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 18–20 апреля 2019 г. Минск : Ковчег, 2019. С. 154–161.

Федотова Н. А. Процесс медиатизации: подходы к пониманию // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 2 (44). С. 61–66. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10208.

Черненькая С. В. Наука и общество в условиях медиатизации // Вестник МГПУ. Серия: Философские науки. 2024. № 4(52). С. 72–80. https://doi.org/10.24412/2078-9238-2024-452-72-80.

Шаронов Д. И. Границы как иллюзия: исторические перипетии «Медиатизации» // ИСОМ. 2017. № 9 (6-1). С. 155–161. https://doi.org/10.17748/2075-9908-2017-9-6/1-155-161.

Altheide D. L., Snow R. P. Media Logic. Beverly Hills : Sage, 1979. 240 p.

Couldry N., Hepp A. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments // Communication Theory. 2013. Vol. 23, No. 3. P. 191–202. https://doi.org/10.1111/comt.12019.

Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge : Polity Press, 2016. 256 p.

Hepp A. Cultures of Mediatization. Cambridge : Polity Press, 2013. 180 p.

Hepp A. Deep Mediatization. London : Routledge, 2020. 260 p.

Hjarvard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29, No. 2. P. 105–134.

Krotz F. The Meta-Process of Mediatization as a Conceptual Frame // Global Media and Communication. 2007. Vol. 3, No. 3. P. 256–260. https://doi.org/10.1177/1742766507003003103.

Livingstone S. On the Mediation of Everything: ICA presidential address 2008 // Journal of Communication. 2009. Vol. 59, No. 1. P. 1–18. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x.

Lundby K. (ed.) Mediatization: Concept, Changes, Consequences. New York : Peter Lang, 2009. 317 p.

McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. New York : McGraw-Hill, 1964. 318 p.

Schulz W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept // European Journal of Communication. 2004. Vol. 19, No. 1. P. 87–101. https://doi.org/10.1177/0267323104040696.

Strömbäck J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics // The International Journal of Press/Politics. 2008. Vol. 13, No. 3. P. 228–246. https://doi.org/10.1177/1940161208319097.

Thompson J. B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Cambridge : Polity Press, 1995. 314 p.

References

Artamonov, D. S., Kazakov, A. A., Melnichuk, D. V., Fortunatov, A. N. (2026). Kommunikatsionnyy podkhod v gumanitarnykh naukakh [Communication approach in the humanities]. *Kommunikologiya*, 14 (1), 26–38. https://doi.org/10.21453/2311-3065-2026-14-1-26-38. (In Russ.).

Vartanova, E. L. (2019). *Teoriya media: otechestvennyy diskurs* [Media theory: Russian discourse]. Moscow, Moscow University Press. 224 p. (In Russ.).

Dzyaloshinsky, I. M., Dzyaloshinskaya, M. I. (2015). Mediatizatsiya sotsialnoy sfery [Mediatization of the social sphere]. *Media v sovremennom mire. Molodye issledovateli: sb. nauch. trudov*, 9, 31–40. Almaty, Qazaq universiteti. (In Russ.).

Kirillova, N. B. (2005). *Mediakultura: ot moderna k postmodernu* [Media culture: from modern to postmodern]. Moscow, Akademicheskiy proekt. 448 p. (In Russ.).

Kolomiets, V. P. (2020). *Mediatizatsiya media* [Mediatization of media]. Moscow, Moscow University Press. 256 p. (In Russ.).

Kolomiets, V. P. (2023). Mediatizatsiya kak transformatsiya upravlencheskikh praktik mediaindustrii [Mediatization as a transformation of management practices in the media industry]. *Kniga. Chtenie. Mediasreda*, 1 (1), 14–20. https://doi.org/10.20913/BRM-1-1-2. (In Russ.).

Lyadova, A. V. (2024). Mediatizatsiya sfery zdorovya pod vliyaniem novykh media: osnovnye napravleniya sotsiologicheskogo diskursa [Mediatization of the health sphere under the influence of new media: main directions of sociological discourse]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya*, 30 (1), 53–71. https://doi.org/10.24290/1029-3736-2024-30-1-53-71. (In Russ.).

Nedrigaylova, A. P. (2020). Sotsialnaya sfera [Social sphere]. *Ekonomika i sotsium*, 12 (79), 844–846. (In Russ.).

Nim, E. G. (2017). Issleduya mediatizatsiyu obshchestva: kontsept mediatizirovannykh mirov [Exploring the mediatization of society: the concept of mediatized worlds]. *Sotsiologicheskiy zhurnal*, 23 (3), 8–25. https://doi.org/10.19181/socjour.2017.23.3.5361. (In Russ.).

Ostrovskaya, E. A. (2019). Tsifrovizatsiya pravoslavnykh ritualov i praktik: metodologiya i napravleniya issledovaniya [Digitalization of Orthodox rituals and practices: methodology and research directions]. *Religiya i Kommunikatsiya: materialy VI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Minsk, 18–20 aprelya 2019 g*. Minsk, Kovcheg. 154–161. (In Russ.).

Fedotova, N. A. (2022). Protsess mediatizatsii: podkhody k ponimaniyu [The process of mediatization: approaches to understanding]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 2 (44), 61–66. https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10208. (In Russ.).

Chernenkaya, S. V. (2024). Nauka i obshchestvo v usloviyakh mediatizatsii [Science and society in the context of mediatization]. *Vestnik MGPU. Seriya: Filosofskie nauki*, 4 (52), 72–80. https://doi.org/10.24412/2078-9238-2024-452-72-80. (In Russ.).

Sharonov, D. I. (2017). Granitsy kak illyuziya: istoricheskie peripetii «Mediatizatsii» [Boundaries as an illusion: historical vicissitudes of "Mediatization"]. *ISOM*, 9 (6-1), 155–161. https://doi.org/10.17748/2075-9908-2017-9-6/1-155-161 (In Russ.).

Altheide, D. L., Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills: Sage. 240 p.

Couldry, N., Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23 (3), 191–202. https://doi.org/10.1111/comt.12019.

Couldry, N., Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press. 256 p.

Hepp, A. (2013). *Cultures of Mediatization*. Cambridge: Polity Press. 180 p.

Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*. London: Routledge. 260 p.

Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, Vol. 29, No. 2, 105–134.

Krotz, F. (2007). The Meta-Process of Mediatization as a Conceptual Frame. *Global Media and Communication*, Vol. 3, No. 3, 256–260. https://doi.org/10.1177/1742766507003003103.

Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*, Vol. 59, No. 1, 1–18. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x.

Lundby, K. (Ed.) (2009). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang. 317 p.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill. 318 p.

Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, Vol. 19, No. 1, 87–101. https://doi.org/10.1177/0267323104040696.

Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 13, No. 3, 228–246. https://doi.org/10.1177/1940161208319097.

Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press. 314 p.

Информация об авторах

С. С. Распопова – доктор филологических наук, профессор, профессор
Е. В. Жильцова – аспирант кафедры журналистики

Information about the authors

Svetlana S. Raspopova – Doctor of Philology, Professor, Professor
Elena V. Zhiltsova – postgraduate student of the Department of Journalism

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.
Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 26.01.2026; одобрена после рецензирования 10.05.2026; принята к публикации 12.05.2026.
Article was submitted 26.01.2026; approved after reviewing 10.05.2026; accepted for publication 12.05.2026.