

Влияние цифровых массмедиа на государственное управление

Евлоев Акроман Муссаевич

Мл. науч. сотр.

ORCID: 0009-0004-8812-5680, e-mail: am_evloev@guu.ru

Гончарова Ирина Валентиновна

Д-р ист. наук, вед. науч. сотр.

ORCID: 0000-0002-7532-8751, e-mail: 79208195393@yandex.ru

Государственный университет управления, 109542, Рязанский пр-т, 99, г. Москва, Россия

Аннотация

В данной работе исследуется влияние цифровых массмедиа на процессы государственного управления в контексте современной эпохи цифровизации. Актуальность темы обусловливается стремительным развитием цифровых технологий и их интеграцией в повседневную жизнь человека, что непременно отражается на взаимодействии общества и власти. Анализируются последствия цифровизации для медиасреды. Особое внимание уделяется цифровым массмедиа как объекту исследования, их структуре и функциям, подчеркиваются междисциплинарность научных подходов и разнообразие трактовок. Выявляются сложности научного осмысления данного феномена. Рассматриваются значение цифровых массмедиа для государственного управления, включая улучшение коммуникации между государственными органами и гражданами, повышение прозрачности и подотчетности власти, а также возможности для вовлечения граждан в процессы принятия решений. Подчеркивается роль современных цифровых сервисов, в частности «Госуслуг», в развитии коммуникаций нового формата. В заключение статья акцентирует внимание на необходимости адаптации государственных структур к новым условиям, чтобы максимально эффективно использовать потенциал цифровых массмедиа в интересах устойчивого развития и демократизации управления. С усложнением цифрового медиаландшафта появляется необходимость создания стратегии цифровых медиа для достижения конкретных целей государственного управления.

Ключевые слова: цифровые массмедиа, средства массовой информации, цифровизация, государственное управление, коммуникации, интернет, социальные сети, Рунет

Для цитирования: Евлоев А.М., Гончарова И.В. Влияние цифровых массмедиа на государственное управление // Управление. 2024. Т. 12. № 4. С. 88–95. DOI: 10.26425/2309-3633-2024-12-4-88-95

Received: 23.09.2024

Revised: 25.11.2024

Accepted: 26.11.2024

Impact of digital media on public administration

Akroman M. Evloev

Junior Researcher

ORCID: 0009-0004-8812-5680, e-mail: am_evloev@guu.ru

Irina V. Goncharova

Leading Researcher

ORCID: 0000-0002-7532-8751, e-mail: 79208195393@yandex.ru

State University of Management, 99, Ryazansky prospekt, Moscow 109542, Russia

Abstract

This article examines the influence of digital mass media on public administration processes in the context of the modern era of digitalisation. The relevance of the topic is due to the rapid development of digital technologies and their integration into everyday human life, which certainly affects the interaction of society and government. The consequences of digitalisation for the media environment are analysed. Special attention is paid to the digital mass media as an object of research, their structure and functions, the interdisciplinary nature of scientific approaches and a variety of interpretations are emphasised. The difficulties of scientific understanding of this phenomenon are revealed. The importance of the digital media for public administration is considered, including improving communication between government agencies and citizens, increasing transparency and accountability of the government as well as opportunities for involving the citizens in decision-making processes. The role of modern digital services, in particular “Gosulugi”, in the development of new format communications is emphasised. In conclusion, the article focuses on the need to adapt government structures to the new conditions in order to maximise the potential of the digital mass media in the interests of sustainable development and democratisation of governance. With the increasing complexity of the digital media landscape, there is a need to create a digital media strategy to achieve specific goals of the public administration.

Keywords: digital mass media, mass media, digitalisation, public administration, communications, Internet, social networks, Runet

For citation: Evloev A.M., Goncharova I.V. (2024). Impact of digital media on public administration. *Upravlenie / Management (Russia)*, 12 (4), pp. 88–95. DOI: 10.26425/2309-3633-2024-12-4-88-95



Введение / Introduction

В эпоху стремительного цифрового прогресса массмедиа становятся неотъемлемой частью общественной жизни и важнейшим инструментом формирования информационного поля. Современные цифровые массмедиа охватывают широкий спектр платформ, включая социальные сети, блоги, подкасты и видеохостинги, что позволяет вовлечь большую аудиторию, оказывая таким образом значительное влияние на общественное мнение.

В условиях глобализации и информационной открытости функции массмедиа трансформируются, обеспечивая не только развлечение и информирование, но и формирование активных общественных дискуссий и участие граждан в процессе принятия решений. Использование понятия «массмедиа» вместо традиционного «средства массовой информации» (далее — СМИ) определяется его более широким значением как зафиксированного на носителях контента, в отличие от СМИ, имеющих конкретные признаки, отвечающих за свои публикации и регулируемых законодательством.

Особое значение цифровые массмедиа приобретают для государственного управления, являясь ключевым инструментом для диалога между властью и обществом.

В данной статье рассматриваются основные понятия, функции и направления воздействия цифровых массмедиа на государственное управление.

Цифровизация и распространение массмедиа / Digitalisation and spreading of mass media

Развитие коммуникационных систем или эволюция массмедиа началась, по меркам становления человеческого сообщества, относительно недавно. Научные прогнозы восходят к канадскому философу Г.М. Маклюэну, который в середине XX в. ввел понятие «электронное общество» [Маклюэн, 2003]. Общество, в котором с использованием информационных технологий создается целостная информационная картина из отдельных фрагментов данных из различных сфер общественной жизни, он назвал «глобальной деревней». Это концепция наглядно иллюстрирует, как СМИ оказывают значительное влияние на человеческое общество. Именно информационным технологиям он придает основополагающее значение в формировании нового социального порядка.

В XX в. люди не представляют себе жизнь без интернета, социальных сетей, виртуального общения

и т.д. «Электронные средства массовой информации, информационные системы, социальные сети, доступ к которым осуществляется с использованием сети «Интернет», стали частью повседневной жизни россиян», — отмечается в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации (далее РФ, Россия) на 2017–2030 гг. Поэтому сегодня актуально говорить о развитии информационного общества, «в котором информация и уровень ее применения и доступности кардинальным образом влияют на экономические и социокультурные условия жизни граждан»¹.

Официальной точкой отсчета Рунета (российского интернета) считается регистрация домена .ru, которая состоялась 7 апреля 1994 г.². За первое десятилетие, с 2000 г. по 2010 г., рост аудитории Рунета составил 1 826 %³. В первом квартале 2016 г. он насчитывал 83 млн интернет-пользователей, что составляло 57 % от населения страны⁴. В первом квартале 2023 г. аудитория интернета в России увеличилась до 101,4 млн чел., или 83 % населения, при этом в среднем российские пользователи проводили в интернете около четырех часов в день⁵. В начале 2024 г. число пользователей социальных сетей в России составило 106,0 млн чел., по данным Digital 2024⁶. Исследователи актуальных тенденций цифровых изменений отмечают создание новых медиа и влияние на них общего процесса цифровизации как «вытеснение всего аналогового» из общественной жизни и конвергенцию, то есть процесс слияния всех медиаплатформ, сближение медиатехнологий и их влияние на медиапотребление [Авдомина, Богатырёва, 2020, с. 9].

Фактически человек как пользователь медиа отказывается от использования традиционных СМИ

¹ Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.09.2024).

² ИКС. История развития интернета в России. Режим доступа: <https://iks.ru/news/istoriya-razvitiya-interneta-v-rossii> (дата обращения: 15.09.2024).

³ Сырецких С. Развитие интернета в России. Режим доступа: <https://ria.ru/20100930/280796937.html> (дата обращения: 15.09.2024).

⁴ Яндекс. Развитие интернета в регионах России. Режим доступа: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016 (дата обращения: 15.09.2024).

⁵ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Интернет в России в 2022–2023 годах. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/uploaded/files/internet-v-rossii-v-2022-2023-godah.pdf> (дата обращения: 15.09.2024).

⁶ BYYD. Digital 2024: основные выводы из ежегодного отчета DataReportal. Режим доступа: <https://www.byyd.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal/> (дата обращения: 15.09.2024).

в пользу цифровых массмедиа или цифровых источников информации. Большую часть своего времени цифровой человек проводит в социальных сетях, мессенджерах, на интернет-порталах, используя смартфоны, гаджеты, компьютерные планшеты. Соответственно, окружающее его пространство изменяется, что определяет специфические черты развития цифрового пространства. К ним можно отнести:

- 1) мультимедийность как процесс воздействия на человека через все органы чувств;
- 2) визуализацию информации;
- 3) мобильность информации в зависимости от потребителей;
- 4) трансформацию форматов и жанров;
- 5) многозначность массмедиа, позволяющую пользователю одновременно находиться в нескольких контенттах;
- 6) непрерывность потребления информации;
- 7) открытость и доступность информации для общества и управление через взаимодействие с отдельными категориями людей, государством, органами власти и т.д.

К цифровым СМИ исследователи относят не только интернет-каналы или сайты, но и людей, которые заняты в этой индустрии (например, блогеров) [Яковлева, 2018].

Цифровизация непосредственно связана с появлением и распространением цифровых массмедиа, их интеграцией в информационном пространстве, а фактически — со становлением и развитием цифровой информационной революции.

При этом история формирования цифровых массмедиа — это история не только технологических инноваций, но и преобразования глобального общественного пространства. Современное информационное пространство определяет процесс перехода к развитию взаимопроникновения культур, расширению социальных, политических, культурно-идеологических, экономических и общественных связей, к глобализации всей социальной сферы и участников мирового сообщества.

Революция в средствах цифровых коммуникаций привела к формированию новой информационной картины мира, которая оказывает влияние не только на отдельного человека, но и на социальную реальность.

Цифровые массмедиа как объект исследования / Digital mass media as an object of research

Цифровые массмедиа в исследовательском поле называются интернет-СМИ, онлайн-СМИ, являются частью так называемых новых медиа [Олешко,

Малик, 2017]. Данный термин ввел в научный оборот профессор Мичиганского университета Р. Нойман в 1991 г., определив новые медиа как «новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [Neuman, 1991, p. 50]. Отдельные исследователи отождествляют данные понятия [Шамшурин, 2018]. Однако, несмотря на понятийную близость, феномен «новые медиа» шире цифровых массмедиа, так как предполагает совокупность онлайн-технологий, используемых для создания цифрового информационного наполнения СМИ. По сути, это совокупность цифровых медиа, цифровых носителей и медиапродуктов.

Современные исследователи рассматривают цифровые медиа неоднозначно. Особый подход был выработан в гуманитарных науках, где цифровые медийные СМИ были определены в контексте формирования культурного опыта, социокультурной практики и информационно-символического пространства, которое образуется социальными сетями, чатами, форумами и другими медийными проектами [Ляо, 2023]. Фактически коммуникативные функции медийных СМИ формируют новую информацию, общество же начинает перекладывать свой обыденный повседневный опыт в онлайн-контенты. Эта практика дает возможности для новых взаимодействий, общения, появления новейшей информационно-медийной личности, трансформирующейся в виртуальном пространстве.

По мнению А.А. Лисенковой и А.Ю. Мельниковой, в обновленном информационном мире появляется современный медиачеловек, мотивы которого могут формироваться в диапазоне от игровой деятельности до создания нового, необходимого ему общества, состоящего из конкретных личностей. Они должны быть идеальны для такого пользователя, обладать заданными параметрами, в том числе публичностью в рамках медиа, анонимностью, тайностью до определенного момента, наличием развлекательных условий [Лисенкова, Мельникова, 2018].

Д.В. Дунас считает, что для современного изучения медиа характерна «свобода в теоретизировании», выделяя при этом четыре аспекта:

- 1) социально ориентированный материализм (медиа как зеркало общественно-политических и экономических отношений в обществе);
- 2) социально ориентированная культурология (медиа как зеркало культуры, внимание к просветительскому содержанию и нормативным принципам медиа);

3) медиаориентированный материализм (политическая экономия медиа и медиаэкономика, медиатехнологии);

4) медиаориентированная культурология (медиа формирует ценности и представления и оказывает комплексное духовное воздействие на людей) [Дунас, 2018, с. 257].

Очевидно, что массмедиа как объект исследования в научном дискурсе является новой междисциплинарной темой на стыке социологии, политологии, филологии, культурологии с доминированием последней. Его особенностью является постоянная динамика, которая опережает скорость накопления научных знаний. Поэтому научными методами сложно анализировать происходящие изменения.

Исследователи наполняют разным содержанием и понятие «цифровые массмедиа». Одни подразумевают медиа-объекты, которые программируются в цифровом формате, изменяются, передаются и сохраняются с помощью цифровых электронных устройств. Другие определяют их как цифровые объекты или высокотехнологичные инструменты, предоставляющие доступ в интернет, с особыми признаками: интерактивностью, мультимедийностью и высокой доступностью [Шамшурин, 2018].

В данном исследовании под цифровыми массмедиа подразумевается форма коммуникаций, которая использует цифровые технологии для распространения информации широкой аудитории. Эти СМИ включают в себя различные онлайн-платформы (веб-сайты, блоги, социальные сети, подкасты), видео-платформы и новостные приложения.

Отличительными чертами цифровых массмедиа являются:

1) доступность — возможность для пользователей получать информацию в любое время и в любом месте через интернет;

2) интерактивность — возможность для пользователя взаимодействовать с контентом, оставлять комментарии, делать репосты и участвовать в обсуждениях;

3) мультимедийность — сочетание текста, изображения, видео и аудио, что повышает привлекательность для аудитории разных типов и возраста;

4) адаптивность — контент может быстро обновляться и изменяться в зависимости от интересов и запросов аудитории;

5) масштабирование — расширенные возможности распространения информации и увеличение ее охвата;

6) персонализация — предложение контента на основе данных об интересах пользователей.

В отличие от традиционных массмедиа, цифровые медиа являются самостоятельными интерактивными

программными продуктами, что дает возможность установить обратную связь между создателями контента и аудиторией. Поэтому цифровые массмедиа выступают одновременно как информационные генераторы и активные участники коммуникационного процесса.

Соответственно, с социологической позиции, определяющей функцией цифровых массмедиа является коммуникативная. Она определяет другие функции: информационную, ценностно-регулирующую, социально-организационную, функцию канала социального участия [Фомичева, 2007]. В интернет-пространстве коммуникативная функция получила новый виток развития. Современные технологии совершенствуются, следовательно, аудитория имеет возможность общаться с официальными лицами не только посредством различного вида запросов и писем, но и напрямую с авторами. Таким образом, массмедиа стали функционировать в режиме личностного диалога.

Учитывая междисциплинарность подходов к изучению цифровых массмедиа как сложного синтетического явления, в контексте исследуемой проблематики необходимо обратить внимание на политологический аспект функций массмедиа. Целесообразно говорить о следующей структуре функций:

1) информационная — обеспечение информационного потока в отношении различных сфер общественной жизни;

2) образовательная — формирование определенной системы знаний, в том числе с идеологической составляющей;

3) управленческая — воздействие с целью решения определенных социально-политических задач посредством мобилизации населения вокруг обозначенной проблемы;

4) социально-коммуникативная — создание форума обсуждений социально-политического вопроса с одновременным формированием канала социального участия и обратной связи;

5) политико-технологическая — демонстрация позитивного образа органов власти, политиков, партий и т.д.

Значение цифровых массмедиа для государственного управления / Importance of digital media for public administration

Цифровые массмедиа играют значительную роль в современном государственном управлении. С учетом их содержания и функций можно выделить несколько направлений влияния.

1. Общественное информирование. Распространение информации о государственных инициативах, изменениях в законодательстве и общественных мероприятиях. «Обеспечение прав граждан на доступ к информации» является одним из основных принципов Стратегии развития информационного общества в РФ на 2017–2030 гг.⁷

2. Обратная связь с гражданами. Платформы цифровых массмедиа позволяют гражданам выражать свои мнения и высказывать предложения, что создает канал двусторонней коммуникации. Появляется возможность оперативного реагирования государственных органов на запросы и замечания населения, что способствует повышению доверия к власти. Обратную связь органам государственного управления можно оставить через интернет-приемную (раздел на сайтах Правительства, министерств, ведомств, региональных органов власти и т.п.)⁸, через платформу федерального канала связи («Госуслуги.ПОС») на базе Единого портала государственных и муниципальных услуг⁹, через портал «Активный гражданин» (связь с региональными органами власти)¹⁰. Таким образом, под влиянием цифровых массмедиа формируется система обратной связи потребителей государственных услуг.

3. Участие в общественных дискуссиях. Создается пространство для обсуждения важных общественных вопросов. Это позволяет формировать общественное мнение и мобилизовать граждан для участия в процессах принятия решений, например для участия в выборах. С этой целью на платформе обратной связи запущено мобильное приложение «Госуслуги. Решаем вместе». Также виджеты на сайтах органов власти субъектов РФ дают возможность направлять обращения в государственные органы и органы местного самоуправления по широкому спектру вопросов, участвовать в опросах, голосованиях и общественных обсуждениях¹¹. Наиболее популярной площадкой для общественных дискуссий

на современном этапе стал мессенджер Telegram: его аудитория в России с 2022 г. по 2024 г. увеличилась на 22 % с 66 до 85 млн чел.¹² При этом новостные каналы пользуются спросом у 85 % аудитории, а политические — у 50 %¹³. Как отмечает О.Г. Филатова, «начиная с периода активного развития социальных медиа, предметом интенсивных теоретических дебатов и многочисленных эмпирических исследований становится возникновение и существование цифровой публичной сферы как онлайн-эквивалента традиционной, кажущейся уже несовершенной, «старой» публичной сферы» [Филатова, 2019, с. 181].

4. Прозрачность и подотчетность. Органы государственного управления могут использовать цифровые массмедиа для повышения прозрачности своей работы посредством публикации отчетов о деятельности, бюджетах и расходах. С этой целью была создана единая система управления государственными и муниципальными финансами РФ с применением информационных технологий «Электронный бюджет»¹⁴.

5. Анализ и мониторинг общественного мнения. Данные из цифровых массмедиа помогают увидеть настроения общества, выявить проблемы областей и потенциальные конфликты. Это позволяет более эффективно разрабатывать государственную политику. Цифровые технологии предоставляют возможность собирать и обрабатывать большие объемы данных, выявлять ключевые тренды и тенденции, а также оперативно реагировать на изменения в общественном восприятии. Существует множество инструментов, основанных на цифровых технологиях, которые позволяют эффективно отслеживать и контролировать общественное мнение, например мониторинг социальных сетей (технологии SMM (англ. social media marketing — маркетинг в социальных сетях)¹⁵ или опросы. С их помощью можно получить информацию о мнениях и предпочтениях граждан относительно продуктов, услуг или политики [Базалей, 2023].

6. Просвещение. На онлайн-платформах могут размещаться образовательные курсы по развитию ИТ-навыков (ИТ — информационные технологии),

⁷ Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения: 15.09.2024).

⁸ Отправить обращение Президенту в форме электронного документа. Режим доступа: <http://www.letters.kremlin.ru/> (дата обращения: 15.09.2024).

⁹ Госуслуги. Подсистема обратной связи. Режим доступа: <https://pos.gosuslugi.ru/backoffice/login> (дата обращения: 15.09.2024).

¹⁰ Активный гражданин. Официальный сайт. Режим доступа: <https://ag.mos.ru/home> (дата обращения: 15.09.2024).

¹¹ Госуслуги. Платформа обратной связи. Режим доступа: <https://pos.gosuslugi.ru/landing/?ysclid=m0qxn3o0lw842215059> (дата обращения: 26.07.2024).

¹² Mediascope. Официальный сайт. Режим доступа: <https://mediascope.net/> (дата обращения: 15.09.2024).

¹³ Statista. Официальный сайт. Режим доступа: <https://www.statista.com/> (дата обращения: 15.09.2024).

¹⁴ Единый портал бюджетной системы Российской Федерации «Электронный бюджет». Официальный сайт. Режим доступа: https://www.budget.gov.ru/web/guest/Главная-страница?_adf.ctrl-state=1c0vm605tk_4&%3BRegionId=45000000®ionId=45000000 (дата обращения: 15.09.2024).

¹⁵ G2. Ubermetrics Delta. Режим доступа: <https://www.g2.com/products/ubermetrics-delta/features> (дата обращения: 15.09.2024).

финансовой, правовой грамотности и т.д. Например, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций России (далее — Минцифры России) запустило электронные курсы на платформе «ГосТех». Обучающие программы запускаются на порталах «Госуслуги»¹⁶, Министерства науки и высшего образования РФ¹⁷.

7. Мобилизация. Во время чрезвычайных ситуаций (пандемии, природные катастрофы и др.) цифровые массмедиа помогают быстро передавать важную информацию и инструкции населению, чтобы минимизировать последствия. Согласно приказу Министерства РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий и Минцифры России от 31 июля 2020 г. № 578/365 «Об утверждении Положения о системах оповещения населения»¹⁸, есть три уровня оповещения: региональный, муниципальный и локальный. В зависимости от масштаба происшествия, на соответствующем уровне население получает СМС-информирование (англ. short message service — служба коротких сообщений), информация размещается на сайтах администраций, в телеграм-каналах.

Заключение / Conclusion

Под воздействием цифровых массмедиа появляется новая культура взаимодействия, критически важная для формирования иерархий ценностей и язы-

ка общения между различными субъектами государственного управления. Успешное функционирование государственных структур в эпоху цифровизации требует не только понимания новых технологий, но и готовности к внедрению инновационных моделей взаимодействия с обществом, обеспечивая прозрачность, открытость и доступность власти для граждан.

Все это позволяет говорить о формировании новой социальной реальности в контексте государственного управления, поскольку значительная часть взаимодействий между гражданами и государственными учреждениями перешла в интернет-пространство. Создается уникальная медиасреда, которую можно охарактеризовать как информационно-коммуникативное пространство или медиaproстранство. В этой новой реальности действуют свои законы и порядки, влияющие на эффективность работы государственных органов и взаимодействие с населением. В ней формируются различные формальные и неформальные группы, возникающие вокруг обсуждений общественно значимых вопросов, методов участия граждан в управлении и контроля за деятельностью органов власти. Также развиваются особые механизмы коммуникации, требующие адаптации традиционных подходов к государственному управлению.

В целом роль цифровых массмедиа в государственном управлении заключается не только в информировании и взаимодействии с гражданами, но и в способствовании большей прозрачности и подотчетности государственного управления. В условиях цифровизации эти СМИ становятся неотъемлемой частью функционирования современного государства и его взаимодействия с обществом. Все это свидетельствует о том, что цифровой медиаландшафт усложнился. Поэтому возрастает значение создания стратегии цифровых медиа для достижения конкретных целей государственного управления.

¹⁶ Госуслуги. Портал государственных услуг Российской Федерации. Режим доступа: <https://profilidigital.gosuslugi.ru/> (дата обращения: 15.09.2024).

¹⁷ Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Бесплатные онлайн-курсы. Режим доступа: https://minobrnauki.gov.ru/action/situational_center/free_online_courses/ (дата обращения: 15.09.2024).

¹⁸ Приказ Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 31.07.2020 г. № 578/365 «Об утверждении Положения о системах оповещения населения» (зарегистрирован 26.10.2020 г. № 60567). Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202010270036> (дата обращения: 15.09.2024).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Авдонина Н.С., Богатырёва В.Н. Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа. Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2020;2(39):9–18. <http://doi.org/10.24411/2227-1384-2020-10017>

REFERENCES

Avdonina N.S., Bogatyreva V.N. Current trends of digital journalism and new media. Sholom-Aleichem Priamursky State University Bulletin. 2020;2(39):9–18. (In Russian). <http://doi.org/10.24411/2227-1384-2020-10017>

Базалей Т.Ю. Мониторинг и контроль общественного мнения путем цифровых технологий. Мир науки. Социология, филология, культурология. 2023;3(14).

Дунас Д.В. Медиа как объект теоретизирования: обзор классических зарубежных подходов. Социально-гуманитарные знания. 2018;8:257–263.

Лисенкова А.А., Мельникова А.Ю. Цифровые медиа как зеркало современной культуры. Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. 2018;1.

Ляо Я. Цифровые медиа в гуманитарных исследованиях. Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2023;1(88(25)):87–93. <http://doi.org/10.37313/2413-9645-2023-25-88-87-93>

Маклюэн Г.М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. Пер. с англ. В. Николаева. М., Жуковский: «КАНОН-Пресс-Ц», «Кучково поле»; 2003. 464 с.

Олешко В.Ф., Малик О.В. Влияние цифровых средств массовой информации на формирование глобальной системы социальных коммуникаций. Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2017;4(168(23)):5–12.

Филатова О.Г. Дискурсивные практики в цифровой публичной сфере современной России: результаты и направления исследований. Управленческое консультирование. 2019;11:180–192. <http://doi.org/10.22394/1726-1139-2019-11-180-192>

Фомичева И.Д. Социология СМИ: учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс; 2007. 335 с.

Шамшурин Д.А. Цифровые медиа как фактор культурной глобализации. Международный научно-исследовательский журнал. Часть 2. 2018;6(72):70–75. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2018.72.6.036>

Яковлева Д.А. Эволюция цифровых медиа. Международные коммуникации. 2018;3(8).

Neuman R.W. The future of the mass audience. Cambridge: Cambridge University Press; 1991. 220 p.

Bazaley T.Yu. Monitoring and control of public opinion through digital technologies. World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies. 2023;3(14). (In Russian).

Dunas D.V. Media as an object of theorizing: a review of classical foreign approaches. Social and Humanitarian Knowledge. 2018;8:257–263. (In Russian).

Filatova O.G. Discursive practices in the digital public sphere of modern Russia: results and directions of research. Administrative consulting. 2019;11:180–192. (In Russian). <http://doi.org/10.22394/1726-1139-2019-11-180-192>

Fomicheva I.D. Sociology of mass media: textbook for university students. Moscow: Aspect Press; 2007. 335 p. (In Russian).

Liao Ya. Digital media in humanitarian research. Izvestiya of the Samara Science Centre of the Russian Academy of Sciences. Social, Humanitarian, Biomedical Sciences. 2023;1(88(25)):87–93. (In Russian). <http://doi.org/10.37313/2413-9645-2023-25-88-87-93>

Lisenkova A.A., Melnikova A.Yu. Digital media as mirror of modern culture. Scientific review. International scientific and practical journal. 2018;1. (In Russian).

McLuhan G.M. Understanding media. The extensions of man. Trans. from Eng. V. Nikolaev. Moscow, Zhukovsky: “CANON-Press-Ts”, “Kuchkovo pole”; 2003. 464 p. (In Russian).

Neuman R.W. The future of the mass audience. Cambridge: Cambridge University Press; 1991. 220 p.

Oleshko V.F., Malik O.V. Digital mass media and their impacts on formation and development of the global social communications system. Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture. 2017;4(168(23)):5–12. (In Russian).

Shamshurin D.A. Digital media as cultural globalization factor. International Research Journal. Part 2. 2018;6(72):70–75. (In Russian). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2018.72.6.036>

Yakovleva D.A. Evolution of digital media. International communication. 2018;3(8). (In Russian).