

Медиатизация в контексте философии культуры

А. Н. Назаренко

*Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина,
Санкт-Петербург, Российская Федерация*

Введение. В статье уточняется применимость концепции медиатизации для философских и научных исследований культуры. Обосновывается актуальность философского осмысления медиатизации культуры. Ставится цель установить функции концепта «глубокая медиатизация» в современных исследованиях культуры. Дается обзор отечественной и зарубежной литературы по теме медиатизации культуры.

Содержание. Анализу подвергаются концепции исследователей медиатизации, среди которых Г. Кристман, А. Синк, А. Хепп, Н. Колдри, С. Бенгсон, К. Фаст. Проясняются смысл и содержание понятий «медиатизация» и «глубокая медиатизация». Переход культуры к стадии глубокой медиатизации предлагается рассматривать как диалектику перехода количества в качество. Подробно анализируются процессы цифровизации, виртуализации и глобализации культуры. Отдельно исследуется специфический для глубокой медиатизации процесс датафикации.

Выводы. Философско-культурологическая трактовка медиатизации требует учета и осмысления роли технологии «больших данных» в трансформации современной культуры. Глубокая медиатизация трактуется как главный социальный эффект технологии больших данных.

Ключевые слова: медиатизация, глубокая медиатизация, медиакультура, медиафилософия, цифровизация, глобализация культуры, виртуальность, виртуализация, датафикация, большие данные.

Для цитирования: Назаренко А. Н. Медиатизация в контексте философии культуры / А. Н. Назаренко // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. – 2023. – № 1. – С. 69–80. DOI 10.35231/18186653_2023_1_69

Mediatization in the Philosophy of Culture Context

Alexej N. Nazarenko

*Pushkin Leningrad State University,
Sankt-Peterburg, Russian Federation*

Introduction. The article clarifies the applicability of the mediatization concept for philosophical and scientific research of culture. The relevance of the philosophical understanding of the mediatization of culture is substantiated. The aim is to establish the functions of the “deep mediatization” concept in modern cultural studies. The review of domestic and foreign literature on the topic of mediatization of culture is given.

Content. The concepts of mediatization researchers, including G. Christmann, A. Sink, A. Hepp, N. Coldry, S. Bengson, K. Fast, are analyzed. The meaning and content of the “mediatization” and “deep mediatization” concepts are clarified. The transition of culture to the stage of deep mediatization is proposed to be considered as dialectic of the transition of quantity into quality. The processes of digitalization, virtualization and globalization of culture are analyzed in detail. The ratification process, specific for deep mediatization, is being investigated separately.

Conclusion. The philosophical and cultural interpretation of mediatization requires taking into account and understanding the role of “big data” technology in the transformation of modern culture. Deep mediatization is interpreted as the main social effect of big data technology.

Key words: mediatization, deep mediatization, media culture, media philosophy, digitalization, globalization of culture, virtuality, virtualization, datafication, big data.

For citation: Nazarenko, A. N. (2023) Mediatizatsiya v kontekste filosofii kul'tury [Mediatization in the philosophy of culture context]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A. S. Pushkina – Pushkin Leningrad State University Journal*. No. 1. Pp. 69–80. (In Russian). DOI 10.35231/18186653_2023_1_69

Введение

Понятие «медиатизация» в философские и культурологические исследования пришло из историографии. Историческая наука понимала под медиатизацией, прежде всего, возникновение посредников в осуществлении политической власти. В исследованиях современной культуры понятие «медиатизация» обрело совершенно новое звучание. В основе данного понятия как и прежде лежит идея опосредования, но вот только речь идет не о политическом процессе, который опосредуется каким-то сторонним субъектом, а об опосредовании реальности коммуникативными конструкциями культуры. Для подчеркивания именно культурологического и культурфилософского значения медиатизации, чаще используется сочетание «медиатизация реальности» и «медиатизация культуры».

Проблема медиатизации реальности прорабатывается в философских и культурологических исследованиях уже более 20 лет. Интерес к этой проблеме усилился вместе с начавшимся в 1990-е годы экспоненциальным распространением цифровых коммуникативных технологий (интернет, сотовая связь, домашние персональные компьютеры), а также с повышением роли мультимедиа в культуре. И если на первых порах медиатизация была связана с распространением цифровых, коммуникативных и мультимедийных технологий, то уже к концу первого десятилетия XXI века эти технологии обрели определяющее значение в развитии культуры, экономики, социальных процессов. Главным образом для этого сдвига и вызванных им социокультурных эффектов стало использоваться «усиленное» название — глубокая медиатизация. Установление справедливости этого концепта, а также анализ ключевых особенностей стоящего за ним социокультурного феномена составляют цель данной работы.

На сегодняшний день исследования медиатизации культуры осуществляются и в России, и за рубежом в рамках философии культуры, философской антропологии, социальной философии, культурной антропологии, социологии, а также целого комплекса междисциплинарных исследовательских областей, включающих в себя медиаведение, теорию журналистики, когнитивные исследования и многое другое. Наиболее известны исследования медиатизации культуры

|72|

проводимые профессором Центра исследований медиа Бременского университета Андреасом Хеппом. Нужно отметить его книгу 2020 года «Глубокая медиатизация» [19], в которой он подробно рассматривает сложившуюся в современной культуре зависимость от медиакоммуникаций. Данной работе предшествует книга, написанная в 2017 году Андреасом Хеппом и британским профессором Ником Колдри – «Опосредованная конструкция реальности» [18], в которой ученые предлагают развитие социального конструкционизма в ключе медиатеории и медиафилософии. Кроме этого концепты медиатизации и глубокой медиатизации развивают такие исследователи, как Стиг Хьявард и Кнут Лундби, которые в соавторстве с Хеппом проанализировали теорию медиатизации в статье 2015 года «Медиатизация: теория и взаимодействие между медиа, культурой и обществом» [20].

Исследования медиатизации и глубокой медиатизации также осуществляются и российскими авторами. Среди недавних исследований необходимо отметить статьи Н. А. Федотовой «Процесс медиатизации: подходы к пониманию» [10], М. И. Губановой «Медиатизация реальности: теоретический аспект» [4], Е. А. Алексеевой «Медиатизация телесности и биополитики в киберкультуре» [15], А. А. Моргунова «Процессы медиатизации в современной культуре: сущность и последствия» [9], а также в публикациях О. С. Иссерс [8], Д. А. Хорошилова [13], О. Ф. Филимоновой [11], Т. В. Шмелевой [14] и др. Также можно упомянуть и вышедшее в 2022 году учебное пособие профессора И. М. Дзялошинского «Медиатизация культуры в цифровой цивилизации» [5], которое призвано комплексно осветить процессы цифровизации, информатизации и глобализации, а также воздействие этих процессов на культуру.

Содержание исследования

Группа исследователей – Г. Кристман, А. Синк, Дж. Столлман, К. Бернардт определяют медиатизацию как активное развитие и использование новых технологий и медиакоммуникаций, которые формируют нашу повседневную жизнь и работу, при этом цифровизация выступает как отдельный аспект этого процесса [17, р. 2]. Процесс медиатизации куль-

туры, начавшись в эпоху становления новых медиа и сетевых коммуникационных технологий, сегодня усилился настолько, что более подходящим для него стал новый концепт – глубокая медиатизация. Та же группа исследователей определяет глубокую медиатизацию как продвинутую стадию процесса медиатизации, на которой все элементы нашего социального мира неразрывно связаны с цифровыми медиа и лежащими в их основе инфраструктурами [17, р. 3].

Исследователи С. Бенгсон, К. Фаст, А. Янсон, Дж. Линдел, рассматривая возможности эмпирической верификации социокультурных трансформаций эпохи глубокой медиатизации, отмечают, что эта стадия медиатизации связана прежде всего с процессами цифровизации и датафикации повседневности [16, р. 276]. Цифровизация повседневности выражается в том, что всё больше сфер нашей обыденной жизни оказываются связанными с цифровыми устройствами и технологиями (при этом, как правило, находящимися в сетевом взаимодействии). Датафикация повседневности выражается в вовлеченности цифровых устройств и технологий в сбор данных, их удаленную обработку, и предоставление обратно персонализированной, адаптированной под конкретные пользовательские потребности информации. Например, сервис музыкального или видеостриминга на основе наших предпочтений генерирует предложение новых композиций или видеороликов; приложения банков, анализируя наши траты, формируют специальные коммерческие предложения; социальные сети предлагают нам новые знакомства на основе анализа уже имеющихся у нас контактов.

Таким образом, глубокая медиатизация выражается не просто в наличии медиатехнологий в нашей жизни, а в усиливающейся зависимости нашей жизни от этих технологий. Как отмечают Андреас Хепп и Ник Колдри, глубокая медиатизация – возрастающая зависимость всех социальных процессов от коммуникативной инфраструктуры [18, р. 37]. Эта зависимость обеспечивается, главным образом, за счет технологий *big data* (больших данных), которых с усилением медиатизации оказывается достаточно для вероятностного прогнозирования и проектирования ключевых социальных, экономических и культурных процессов и состояний общества.

Переход культуры от стадии медиатизации к стадии глубокой медиатизации можно осмыслить в диалектическом ключе. Эта смена стадий представляет собой переход количества в качество. Первоначальная медиатизация культуры характеризовалась прежде всего количественно. Например, приростом числа владельцев компьютеров, пользователей Интернета, владельцев сотовых телефонов и гаджетов и т. п. Безусловно, всё это сопровождалось и сопровождается характерной социокультурной симптоматикой, выражающейся главным образом в трех процессах – цифровизации, виртуализации и глобализации культуры [1, с. 36–37]. Качественный сдвиг происходит именно тогда, когда виртуальность, глобальность и цифровые технологии из возможности становятся необходимостью культуры. Рассмотрим подробнее процессы медиатизации культуры.

Цифровизация культуры состоит в распространении и усилении роли цифровых технологий как в обыденной жизни человека, так во всевозможных сферах общественного бытия – в производстве, торговле, искусстве, науке и так далее. Цифровизация способствует медиатизации и в плане обеспечения её средств, и в плане совершенствования содержания медиакоммуникации, подчиняя её своей внутренней логике. Логика цифровизации, главным образом, состоит в максимизации технико-технологической эффективности и минимизации рисков отклонения от собственной программы.

Характерный пример этой технико-технологической логики приводит Вилем Флюссер в своём программном труде «За философию фотографии» [12]. В общих чертах его пример состоит в том, что задача фотографа, желающего сделать авторский снимок, состоит не в конформном подчинении правилам фотоаппарата, а в нахождении возможности преодолеть, нарушить заложенную в фотоаппарате программу. Кроме этого, цифровизация не только обеспечивает медиакоммуникацию, но и вовлекает человека в процессы потребления и производство мультимедийных объектов, постепенно занимающих центральное место в культуре.

Виртуализация культуры, вопреки расхожему мнению, относится не столько к технологии виртуальной реальности, сколько к усилению симулятивности знаково-символическо-

го плана современной культуры. Виртуализация культуры прочно связана с цифровизацией, однако ошибочно было бы отождествлять эти процессы. Виртуализация отражает усиление в культуре того, что Славой Жижек называет реальностью виртуального [7]. Из-за увеличивающихся масштабов социальных систем, их поликультурности и гетерогенности, из-за нарастающей структурной сложности и плюралистичности социума основные конвенции представлений о действительности деактуализируются и вытесняются в область виртуального. Кроме этого, симуляция в контексте виртуализации противопоставляется имитации [6]. Можно также обнаружить некоторую диалектическую взаимосвязь имитации и симуляции. Имитация исторически являлась антитезой реальности: есть реальный мир, а есть его имитация, например, в форме художественных образов в искусстве или концептуального осмысления в науке и философии. Эти антитетические отношения представляли собой классическую семиотическую пару – означающее и означаемое. Симуляция реальности является снятием противоречия между действительностью и её имитацией. Цифровые технологии ориентированы в большей степени на симуляцию, но не на имитацию реальности. Феномен компьютерной виртуальной реальности представляет лишь частный случай виртуализации, которая в свою очередь проникает во все сферы жизни человека и общества.

Культурная глобализация становится одной из важнейших черт медиатизации культуры. Глобализация понимается прежде всего как интеграция разнообразных культур в единую и универсальную систему культуры или, как отмечает Большой толковый социологический словарь, глобализация культуры есть «тенденция диффузии культурных образцов во всемирном масштабе» [2]. Культурная глобализация противоположна тем тенденциям локальных культур, которые определяют их различие. Глобализация выражается в знаково-символической унификации. Именно в этой связи глобальная культура в большей мере, чем на вербальное общение и текст, ориентирована на визуальную коммуникацию и мультимедиа. В данной особенности прослеживается связанность глобализации культуры с её виртуализацией и цифровизацией – виртуализация ослабляет и делает более под-

вижной структурную связанность смыслового поля культуры, а цифровизация обеспечивает возможности трансграничной коммуникации, а также использование мультимедийных знаково-символических систем.

Три описанные выше черты медиатизации культуры имеют необратимый характер. Более того, взаимная обусловленность цифровизации, глобализации и виртуализации культуры формируют тенденцию к усилению медиатизации и её экспансии в те сферы общественного бытия, которые прежде считались сугубо традиционными (например, образование и наука). Это усиление медиатизации в конечном счете приводит к процессам глубокой медиатизации культуры, а к цифровизации, виртуализации и глобализации добавляется ещё и датафикация.

Датафикация реальности – это процесс трансформации культуры, связанный с эффектом от обретения технологией больших данных системообразующего значения для производственной, экономической, политической, коммуникативной и других подсистем общества. Казалось бы, датафикация является феноменом исключительно техническим и понимается как «процесс устойчивого фиксирования массовых наблюдений в разных форматах данных, позволяющий осуществлять их качественную и количественную обработку и научный анализ» [3, с. 137]. В то же время, технология больших данных, лежащая в основе датафикации, становится главным детерминантом современного общества, главным фактором обеспечения его прогресса. Это приводит к ситуации, когда буквально всё превращается в данные (в том смысле, что всё начинает иметь значение исключительно как данные). Человек, его повседневность, его профессия и достижения, его социальные связи, эстетические предпочтения, политические убеждения, поведение, перемещения, суждения, язык – всё это обретает особую форму существования – существование в качестве данных.

Пусть немного несерьезным, но ведь отчасти и тревожным становится вопрос, каково назначение и смысл этого датафицированного существования, неужели машина теперь не только воспринимает и обрабатывает данные, но и творит новые жизненные смыслы и ценности для человека? Ответить на этот вопрос – значит выбрать для себя одну из стратегий:

1) оптимистическую, означающую, что датафикация происходит во имя общественного прогресса и обретения человеком большей свободы, гармонии и счастья; 2) пессимистическую, согласно которой, датафикация суть симптом грядущего коллапса человеческой культуры, предвестник полного растворения её в технологии, а с тем и лишения человека какой-либо привилегированности в отношении машины.

Как бы там ни было, но уже сегодня в активную экономическую и социальную фазу жизни вошло поколение людей, с самого рождения глубоко интегрированных в медиатизированную культуру и, безусловно, оптимистично смотрящих в своё будущее. Поэтому осмелимся предположить, что в перспективе философскую оценку процессов глубокой медиатизации необходимо будет проводить в соотношении этих процессов с положениями теории идентичности и теории культурных поколений.

Выводы

Медиатизация культуры – сложный многогранный и необратимый процесс. Медиатизация культуры проявляется в трех фундаментальных тенденциях: 1) глобализации культуры, понимаемой в качестве универсализации и плюрализации культуры; 2) цифровизации культуры, выраженной в распространении и совершенствовании цифровых технологий и мультимедиа; 3) виртуализации культуры, которая представляет собой усиление симулятивности знаково-символического плана культуры. Все три эти тенденции взаимосвязаны и усиливают друг друга. На современном этапе медиатизации культуры к обозначенным тенденциям добавляется датафикация культуры, которая представляет собой превращение смыслов и значений социокультурных процессов в комплекс машинных данных. Анализ исследований феномена глубокой медиатизации позволяет утверждать, что сложившаяся неразрывная связанность и даже зависимость культуры от цифровых медиакоммуникаций является влиятельным социокультурным эффектом широкого внедрения в нашу жизнь технологий больших данных.

Список литературы

1. Архитектоника современного искусства в режиме медиа: пространство, технологии, агенты / сост. и ред. Е. Э. Дробышева. – СПб.: Изд-во Академии Русского балета имени А. Я. Вагановой, 2021. – 178 с.
2. Большой толковый социологический словарь / сост. и ред. Дэвид Джери, Джулия Джери. – М.: АСТ; Вече, 1999. [Электронный ресурс]. – URL: https://explanatory_sociological.academic.ru/331/ГЛОБАЛИЗАЦИЯ_КУЛЬТУРЫ (дата обращения: 23.01.2023).
3. Володин А. Ю. Между data и capta: проблемы датафикации исторических исследований // Вестник Пермского университета. История. – 2019. – № 3 (46). – С. 137–145.
4. Губанова М. И. Медиатизация реальности: теоретический аспект // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2021. – Т. 2. – № 2 (35). – С. 84–91.
5. Дзялошинский И. М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации: учеб. пособие. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. – 477 с.
6. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия // Искусство кино. – 1998. – № 1. [Электронный ресурс]. – URL: <http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25> (дата обращения: 23.01.2023).
7. Жижек С. Реальность виртуального // Youtube [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=aD11EKSAfQ4&t=103s> (дата обращения: 17.01.2023).
8. Иссерс О. С. Массовая речевая культура в аспекте медиатизации социальных коммуникаций // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – 2019. – Т. 18. – № 6. – С. 177–187.
9. Моргунов А. А. Процессы медиатизации в современной культуре: сущность и последствия // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. – 2013. – № 4. – С. 30–38.
10. Федотова Н. А. Процесс медиатизации: подходы к пониманию // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2022. – № 2 (44). – С. 61–66.
11. Филимонова О. Ф. Урбанизированная социальность: культура контроля в режиме медиатизации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2022. – Т. 22. – № 3. – С. 283–287.
12. Флюссер В. За философию фотографии. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2008. – 146 с.
13. Хорошилов Д. А. Оцифрованный разум: медиатизация социального познания в культуре, науке и искусстве // Социальная психология и общество. – 2019. – Т. 10. – № 4. – С. 9–22.
14. Шмелева Т. В. Медиатизация как феномен современной культуры и объект исследования // Вестник Новгородского государственного университета. – 2015. – № 7(90). – С. 145–148.
15. Alekseeva E. A. Mediatization of corporeality and biopolitics in cyberculture // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism. – 2021. – Vol. 26. – No. 4. – Pp. 656–663.
16. Bengtsson S., Fast K., Jansson A., Lindell J. Media and basic desires: An approach to measuring the mediatization of daily human life // Communications. – 2021. – Vol. 46. – No. 2. – Pp. 275–296.
17. Christmann G., Singh A., Stollmann J., Bernhardt C. Visual Communication in Urban Design and Planning: The Impact of Mediatization(s) on the Construction of Urban Futures // Urban Planning. – 2020. – Vol. 5. – Issue 2. – Pp. 1–9.
18. Couldry N., Hepp A. The mediated construction of reality. – Cambridge: Polity Press, 2016. – 290 p.
19. Hepp A. Deep mediatization. – London: Routledge, 2020. – 260 p.
20. Hepp A., Hajarvard S., Lundby K. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society Media // Culture & Society. – 2015. – Vol. 37. No. 2. – Pp. 314–324.

References

1. Arhitektonika sodremenogo iskusstva v rezhime media: prostranstvo, tekhnologii, agenty [Contemporary Art Architectonics in Media Mode: Space, Technologies, Agents] (2021) / Sost. i red. E. E. Drobysheva. Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo Akademii Russkogo baleta imeni A. Ya. Vaganovoj. (In Russian).

2. Bol'shoj tolkovyj sotsiologicheskij slovar' [Big explanatory sociological dictionary]. (1999) / Sost. i red. Devid Dzheri, Dzhulija Dzheri. Moskva: AST; Veche. Available at: https://explanatory_sociological.academic.ru/331/GLOBALIZACIYA_KUL'TURY (accessed 23 January 2023). (In Russian).
3. Volodin, A. Yu. (2019) Mezhdru data i capta: problemy datafikatsii istoricheskikh issledovanij [Between data and capta: problems of datafication of historical research]. *Vestnik Permskogo universiteta. Istorija* [Perm' University Bulletin. History]. No. 3 (46). Pp. 137–145. (In Russian).
4. Gubanova, M. I. (2021) Mediatizatsiya real'nosti: teoreticheskij aspekt [Mediatization of reality: theoretical aspect]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva* [Tatishchev Volga University Bulletin]. Vol. 2. No. 2 (35). Pp. 84–91. (In Russian).
5. Dzyaloshinskij, I. M. (2022) *Mediatizatsiya kul'tury v tsifrovoy tsivilizatsii: uchebnoe posobie* [Mediatization of Culture in Digital Civilization: A Study Guide]. Moskva: Aj Pi Ar Media. (In Russian).
6. Zhizhek, S. (1998) Kiberprostranstvo, ili Nevynosimaya zamknutost' bytiya [Cyber-space, or the Unbearable Closure of Being]. *Iskusstvo kino* [Cinema art]. No 1. Available at: <http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25> (accessed 23 January 2023). (In Russian).
7. Zhizhek, S. (2004) *Real'nost' virtual'nogo* [Reality of the virtual]. Youtube. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=aDI1EKSAfQ4&t=103s> (accessed 17 January 2023). (In Russian).
8. Issers, O. S. (2019) Massovaya rechevaya kul'tura v aspekte mediatizatsii sotsial'nykh kommunikatsij [Mass speech culture in the aspect of mediatization of social communications]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Istorija, filologiya [Novosibirsk State University Bulletin. Series: History, philology]. Vol. 18. No. 6. Pp. 177–187. (In Russian).
9. Morgunov, A. A. (2013) Protsessy mediatizatsii v sovremennoj kul'ture: sushchnost' i posledstviya [Processes of mediatization in modern culture: essence and consequences]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya: Filosofiya [Tver' State University Bulletin. Series: Philosophy]. No. 4. Pp. 30–38. (In Russian).
10. Fedotova, N. A. (2022) Protsess mediatizatsii: podkhody k ponimaniyu [The Mediatization Process: Approaches to Understanding]. *Znak: problemnoe pole mediabrazovaniya* [Sign: problematic field of media education]. No. 2 (44). Pp. 61–66. (In Russian).
11. Filimonova, O. F. (2022) Urbanizirovannaya sotsial'nost': kul'tura kontrolya v rezhime mediatizatsii [Urbanized sociality: culture of control in the mode of mediatization]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta*. Novaya seriya: Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika [News of the Saratov University. New series: Philosophy. Psychology. Pedagogy]. Vol. 22. No. 3. Pp. 283–287. (In Russian).
12. Flyusser, V. (2008) *Za filosofiyu fotografii* [For the philosophy of photography]. Sankt-Peterburg: Izd-vo SPbGU. 146 p. (In Russian).
13. Horoshilov, D. A. (2019) Otsifrovannyj razum: mediatizatsiya sotsial'nogo poznaniya v kul'ture, nauke i iskusstve [Digitized mind: mediatization of social cognition in culture, science and art]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social psychology and society]. Vol. 10. No. 4. Pp. 9–22. (In Russian).
14. Shmeleva, T. V. (2015) Mediatizatsiya kak fenomen sovremennoj kul'tury i ob'ekt issledovaniya [Mediatization as a Modern Culture Phenomenon and an Object of Research]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Novgorod State University Bulletin]. No. 7 (90). Pp. 145–148. (In Russian).
15. Alekseeva, E. A. (2021) Mediatization of corporeality and biopolitics in cyberculture. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*. Vol. 26. No 4. Pp. 656–663.
16. Bengtsson, S., Fast, K., Jansson, A., Lindell, J. (2021) Media and basic desires: An approach to measuring the mediatization of daily human life. *Communications*. Vol. 46. No. 2. Pp. 275–296.
17. Christmann, G., Singh, A., Stollmann, J., Bernhardt, C. (2020) Visual Communication in Urban Design and Planning: The Impact of Mediatization(s) on the Construction of Urban Futures. *Urban Planning*. No. 5. Issue 2. Pp. 1–9.
18. Couldry, N., Hepp, A. (2016) *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
19. Hepp, A. (2020) *Deep mediatization*. London: Routledge.
20. Hepp, A., Hajarvard, S., Lundby, K. (2015) Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society Media. *Culture & Society*. Vol. 37. No. 2. Pp. 314–324.

Об авторе

Назаренко Алексей Николаевич, кандидат культурологии, Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID ID: 0000-0003-3065-4622, e-mail: a.n.nazarenko@yandex.ru

About the author

Aleksej N. Nazarenko, Cand. Sci (Cult.), Pushkin Leningrad State University, Sankt-Peterburg, Russian Federation, ORCID ID: 0000-0003-3065-4622, e-mail: a.n.nazarenko@yandex.ru

Поступила в редакцию: 30.01.2023

Принята к публикации: 13.02.2023

Опубликована: 20.03.2023

Received: 30 January 2023

Accepted: 13 February 2023

Published: 20 March 2023