



**ДЕСТРУКТИВНЫЕ ЭФФЕКТЫ  
МЕДИАТИЗАЦИИ СФЕР  
ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ:  
ФОРМЫ, ВИДЫ  
И КЛАССИФИКАЦИЯ**

**DESTRUCTIVE EFFECTS  
OF MEDIATIZATION THROUGH  
SPHERES OF PUBLIC LIFE:  
FORMS, TYPES  
AND CLASSIFICATION**

**Е. В. Сусименко\***

ORCID: 0000-0001-7627-2051

**А. В. Хорохордина\***

ORCID: 0000-0003-3864-9182

**Elena V. Susimenko\***

**Alyona V. Khorokhordina\***

*\* Южно-Российский государственный  
политехнический университет (НПИ)  
имени М. И. Платова,  
Новочеркасск, Россия*

*\*Platov South-Russian  
State Polytechnic University (NPI),  
Novocherkassk, Russia*

**Цель исследования** — проанализировать деструктивные тенденции медиатизации различных сфер общественной жизни и социальных институтов, выявить их роль в конструировании социальной реальности.

**Objective of the study** is to analyze the destructive tendencies of mediatization of various spheres of public life and social institutions, and to identify its role in the construction of social reality.

**Методологическая база исследования.** В рамках институционального подхода рассмотрены институты, практики и культурные идентичности, которые трансформируются медиатизацией. Идеи социального конструктивизма легли в основу анализа «медиатизированных социальных миров», которые конструируются через медиа. Фигуративный подход позволил привлечь в фокус исследования порожденные медиатизацией новые комбинации акторов, коммуникативных практик и медиа.

**Methodological basis of the study.** By means of the institutional approach the authors examine institutions, practices and cultural identities that are transformed by mediatization. The ideas of social constructivism form the basis for the analysis of “mediatized social worlds” that are constructed through the media. The figurative approach allows us to focus on new combinations of actors, communicative practices and the media generated by mediatization.

**Результаты исследования.** Проанализированы различные формы деструктивных проявлений на индивидуально-психологическом уровне, а именно выявлены ког-

**Results of the study.** Various forms of destructive manifestations at the individual psychological level are analyzed, namely, the cognitive and psychological effects of

© Сусименко Е. В., 2025

© Хорохордина А. В., 2025

нитивные, психологические эффекты медиатизации. Социокультурные эффекты проявляются в ослаблении традиционных социальных связей, кризисе традиционных институтов в результате изменения моделей взаимодействия и коммуникации. Затрагиваются проблемы цифрового неравенства, изменения норм конфиденциальности, что усугубляет социальные риски. Утрата культурного многообразия способствует возникновению кризиса идентичности, во многом выступая следствием коммерциализации культуры. Медиатизация политики оказывает дестабилизирующее воздействие на демократические нормы. В политико-медийной среде отмечаются усиление поляризации, широкое распространение дезинформации и преобладание популистского дискурса. На экономическом уровне деструктивность медиатизации проявляется в неравном доступе к информации и ресурсам и усилении спекулятивных практик. Предложена классификация деструктивных следствий по уровню и характеру воздействия, а также по степени влияния.

**Перспективы исследования** заключаются в дальнейшем исследовании деструктивных практик в медиапространстве, выявлении отношения вузовской молодежи к деструктивному медиаконтенту и степени их подверженности деструктивным угрозам в медиаполе.

**Ключевые слова:** медиатизация, деструктивные эффекты, трансформация коммуникации, медиазависимость, социальная поляризация, фрагментация, деформация ценностей, искажение социальных норм, кризис самоидентичности, цифровое неравенство, медиатизированная демократия, экономическая нестабильность

mediatization are identified. Sociocultural effects are manifested in the weakening of traditional social ties, the crisis of traditional institutions because of changing interaction and communication models. The problems of digital inequality and changes in privacy norms are touched upon, which exacerbate social risks. The loss of cultural diversity contributes to the emergence of an identity crisis, largely acting as a consequence of the culture commercialization. Mediatization of politics has a destabilizing effect on democratic norms. In the political and media environment, there is an increase in polarization, widespread disinformation and the prevalence of populist discourse. At the economic level, the destructiveness of mediatization is manifested in unequal access to information, resources and the strengthening of speculative practices. A classification of destructive consequences by the level and nature of impact, as well as by the degree of influence is proposed.

**Prospects of the study** include further research of destructive practices in the media space, identifying the attitude of university youth to destructive media content and the degree of their exposure to destructive threats in the media field.

**Keywords:** mediatization, destructive effects, transformation of communication, media dependence, social polarization, fragmentation, deformation of values, distortion of social norms, identity crisis, digital inequality, mediatized democracy, economic instability

## Введение

В современном обществе медиатизация становится фундаментальным процессом, трансформирующим практически все аспекты социальной жизни. Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, рост роли цифровых средств массовой информации и социальных сетей приводит к тому, что медиа становятся неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов людей по всему миру. В этом контексте исследование медиатизации и ее деструктивных последствий приобретает особую актуальность.

Медиатизация, как концепт, охватывает сложный и многогранный процесс, в рамках которого коммуникационные технологии становятся интегральной частью социальных структур и практик. По мнению Андреаса Хэппа, медиатизация представляет собой динамичное взаимодействие между медиа и социальными институтами, что приводит к трансформации способов коммуникации, идентичности и культурных норм (Нерр, 2013). Этот процесс не является линейным, а скорее характеризуется многоуровневыми взаимосвязями, где медиа не только отражают, но и конструируют социальную реальность.

Никлас Луман подчеркивает, что медиа функционируют как сложные системы, которые обеспечивают общество необходимыми данными и формируют когнитивные структуры восприятия (Луман, 2005). В этом контексте медиатизация может рассматриваться как процесс, в котором медиа не просто передают информацию, но и активно участвуют в создании смыслов и значений, тем самым изменяя парадигмы общественного взаимодействия.

Медиатизация представляет собой сложное и многогранное явление, оказывающее как положительное, так и отрицательное влияние на общество и культуру. Среди конструктивных аспектов медиатизации выделяют ускорение обмена информацией и новостями, что способствует оперативному принятию решений и расширяет образовательные возможности благодаря доступу к онлайн-ресурсам. Она также укрепляет социальные связи через платформы социальных медиа, создавая новые возможности для общения и обмена опытом, и увеличивает гражданскую активность, побуждая людей участвовать в общественной жизни. Кроме того, медиатизация способствует развитию новых форм культурного выражения, таких как виртуальное искусство и цифровые перформансы. Однако существуют и деструктивные аспекты, которые и являются предметом исследования данной статьи.

*Деструктивные аспекты медиатизации* относятся к негативным эффектам и изменениям, вызываемым интеграцией медиа в различные аспекты социальной и культурной жизни. Это понятие охватывает те аспекты медиатизации, которые подрывают существующие социальные структуры, культурные нормы и ценности, а также оказывают негативное влияние на индивидуальное и коллективное сознание.

Деструктивные следствия могут проявляться в различных формах:

1. **Когнитивные эффекты медиатизации** представляют собой изменения, которые происходят в процессе восприятия, обработки и интерпретации информации под влиянием медиа. Среди деструктивных когнитивных эффектов выделяют следующие:

*Информационная перегрузка* – состояние, при котором объем получаемых человеком данных превышает его когнитивные способности, и он не способен эффективно обработать, усвоить, осмыслить и даже осознать эту информацию, что приводит к психоэмоциональным и физическим деструктивным последствиям (Гринева, 2022).

*Ухудшение способности к критическому и аналитическому мышлению* вследствие чрезмерного потребления медиа. Регулярная трансляция определенных позиций в социальных медиа нивелирует способность молодежи к критическому осмыслению событий политико-социального характера (Игалева, Николай, 2024).

*Клипное мышление*, которое является последствием ухудшения способности к критическому и аналитическому мышлению, и представляет собой способность человека быстро, но поверхностно воспринимать информацию, транслируемую с использованием не только текста, но и графических элементов. Преобладание клипного мышления у поколения Z, может привести к снижению качества восприятия и передачи информации, а также к ее искажению, и зачастую является причиной трансформации образовательных практик (Бухарбаева, Сергеева, 2020).

2. **Психологические эффекты медиатизации.** Медиатизация оказывает значительное влияние на психологическое состояние индивидов, создавая новые формы взаимодействия с окружающим миром и изменяя способы восприятия реальности. Среди деструктивных психологических эффектов медиатизации выделяют следующие:

*Медиазависимость.* Данное явление представляет собой поведенческое расстройство, характеризующееся выраженной зависимостью индивидов, особенно среди подростков и молодых людей, от использования социальных медиа. Эти лица испытывают трудности при сокращении или прекращении потребления онлайн-контента, несмотря на наличие очевидных негативных последствий и значительных недостатков. Хотя многие подростки регулярно взаимодействуют с онлайн-медиа в различных формах, феномен подростковой зависимости от социальных медиа охватывает следующие ключевые аспекты:

- чрезмерное потребление медиаконтента через социальные платформы;
- формирование зависимости от социальных медиа как основного механизма достижения психологического комфорта и эмоционального благополучия;
- неспособность контролировать и регулировать данное поведение, что приводит к ряду негативных последствий, включая: ухудшение качества межличностных отношений и утрату дружеских связей, снижение уровня физи-

ческой социальной активности, негативное воздействие на академическую успеваемость (Конькова, 2022).

*Депрессия и тревожность.* Ирвин Голдман, Чарльз Х. Дэвис и Рори Остин Кларк, исследуя субъективные социокультурные восприятия феномена «страха упустить что-то» (FOMO) и нестабильную идентичность в условиях глубокой медиатизации, сосредотачиваются на анализе психологических и социокультурных аспектов FOMO в контексте широкого распространения медиавлияния (Goldman et al., 2025). Исследование выявляет, каким образом индивиды интерпретируют и испытывают FOMO в рамках своей идентичности и социальных связей.

Результаты показывают тесную связь FOMO с тревогами относительно собственной значимости, признания и социального сопоставления, что усиливается вследствие регулярного контакта с отредактированными образами жизни других пользователей в социальных медиа. Участники исследования сообщили о чувстве неполноценности, стрессе и давлении, обусловленных потребностью соответствовать общественным ожиданиям. Эти переживания оказались связаны с общекультурными нарративами индивидуализма, консьюмеризма и стремления к счастью, взаимодействуя с технологическими возможностями, обеспечивающими мгновенное удовлетворение и постоянное подключение.

Авторы исследования утверждают, что глубокая медиатизация – насыщенность повседневности медиаресурсами – усугубляет данные эмоциональные отклики, размывая границы между виртуальными и физическими взаимодействиями и способствуя формированию фрагментированной идентичности. Респонденты отмечали трудности в согласовании реальности своей жизни с идеализированными образами, представленными в соцсетях, что ведет к внутренним противоречиям и экзистенциальной неопределенности.

Таким образом, исследование акцентирует внимание на сложной взаимозависимости между субъективными интерпретациями FOMO, культурными нормами и медиатехнологическим окружением, подчеркивая важность дальнейших исследований психосоциальных последствий медиатизации для формирования современных идентичностей (Goldman et al., 2025).

*Эффект эхо-камер.* В социальных медиа пользователи зачастую оказываются в окружении информации, которая лишь укрепляет их уже существующие убеждения, что, в свою очередь, может привести к усилению когнитивных искажений и снижению восприимчивости к альтернативным точкам зрения. Эхо-камеры, создаваемые социальными медиа, ограничивают возможности информационного обмена, создавая лишь иллюзию общения. Это может способствовать усилению политической и социальной поляризации, а также способствовать распространению экстремизма и культурного трайбализма (Русаков, 2019).

3. *Социокультурные эффекты медиатизации* проявляются в ослаблении традиционных социальных связей, кризисе традиционных институтов, таких как семья и образование, как результат изменения моделей взаимодействия и коммуникации.

*Фрагментация личности* – это процесс, при котором индивидуальное сознание и идентичность человека подвергаются влиянию множества медиаканалов, что приводит к деформации внимания, ценностей и самоидентификации. Этот феномен связан с тем, что современные медиа создают множество конкурирующих нарративов, образов и идей, которые человек вынужден воспринимать и интегрировать в свою жизнь.

Одним из основных аспектов фрагментации личности является множественность личностей, рассматриваемая как социально-культурный феномен, при котором медиаплатформы становятся пространством для создания и управления различными «я». Профессор Массачусетского технологического института Шерри Тёркл исследует, как цифровые технологии меняют наше восприятие себя и других. Она утверждает, что социальные сети способствуют созданию множественных личностей, которые могут существовать параллельно, но не всегда интегрируются в единое целое (Turkle, 2011).

*Социальная изоляция.* Цифровые платформы трансформировали способы коммуникации между людьми, подменив живое общение виртуальным. В той же работе Шерри Тёркл отмечается, что этот сдвиг может привести к снижению качества межличностных отношений, когда глубина и эмоциональная связь приносятся в жертву ради удобства. В своем исследовании Ш. Тёркл рассматривает проблему того, как технологии, которые, казалось бы, должны способствовать объединению людей, на самом деле могут усиливать чувство одиночества. Это явление получило название «*цифровое одиночество*» и представляет собой состояние, при котором человек, несмотря на наличие цифровых средств коммуникации, испытывает чувство изоляции и одиночества (Turkle, 2011).

В современном обществе, благодаря развитию технологий, возникло новое проявление социального неравенства – *цифровое неравенство*. В условиях медиатизации всех аспектов общественной жизни этот вид неравенства становится все более заметным.

Цифровое неравенство означает неравный доступ к современным информационно-коммуникационным технологиям, которые предоставляют возможности для достижения социальных и экономических целей. Несмотря на кажущуюся доступность этих технологий, лишь малая часть населения Земли имеет к ним доступ. В условиях интенсивного развития и широкого распространения медиатехнологий, предоставляющих обширный спектр сервисов и платформ для многоаспектной сетевой коммуникации и взаимодействия между различными социальными институтами и индивидами, про-



изошли значительные трансформации в социальной организации коммуникационных процессов в современных обществах. Отсутствие или ограничение доступа к этим сервисам и платформам приводит к усилению социального неравенства.

Цифровое неравенство представляет собой проблему, которая усугубляет социальные риски, возникающие вследствие неравномерного распределения определенных благ, доступ к которым ограничен.

Можно выделить три уровня цифрового неравенства:

- уровень доступа к интернету и информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ);
- уровень цифровых компетенций пользователей и их цифровой грамотности;
- уровень социальных преимуществ, которые пользователи получают благодаря грамотному и полноценному использованию цифровых технологий в профессиональной и личной жизни (Гладкова, 2019).

В России проблема цифрового неравенства является актуальной для различных регионов, которые отличаются друг от друга по степени доступности сети Интернет, обусловленной особенностями местности, наличием инфраструктуры, уровнем образования и степенью владения цифровыми навыками среди населения.

Социальные нормы представляют собой коллективные ожидания, которые способствуют единству и сплоченности общества. Медиатизация как метапроцесс изменяет эти ожидания через алгоритмы, вирусность контента и культуру мгновенного потребления. Медиа, создавая специфическую информационную среду, оказывают существенное влияние на формирование мировоззрения, системы ценностей и интересов индивида, а также на его поведение, представляя обществу модели социальных взаимодействий, коммуникаций и институтов, которые становятся частью повседневной жизни и определяют, что в обществе считается нормой, а что – отклонением от нее. Возникает упрощенное восприятие действительности, в котором сложные социальные нормы редуцируются до бинарных оппозиций, таких как «одобро» и «осуждено», что приводит к *искажению социальных норм*.

Продвигаемая в социальных медиа культура открытости и «шерирования» личной информации изменяет нормы конфиденциальности. Социальные сети стирают границы между публичной и частной жизнью, и поколение Z привыкло воспринимать свою онлайн-экспозицию как нечто естественное. Большинство пользователей бездумно делятся личной информацией в социальных сетях, не осознавая возможных рисков, при этом «*цифровой эксгибиционизм*», как крайняя степень этого явления, становится нормой для молодого поколения, для которого приватность превращается в архаичную концепцию.

*Цифровой эксгибиционизм* в условиях медиатизации – это явление, при котором человек демонстрирует себя в виртуальном пространстве, размещая информацию о своей частной жизни, личности, мыслях и чувствах. В результате он получает эмоции, удовлетворяющие его социальные, статусные, творческие и сексуальные потребности (Слюсарев, Хусяинов, 2019).

Цифровая несдержанность как один из аспектов цифрового эксгибиционизма проявляется в стремлении оставить комментарии буквально под каждым постом, даже если человек не имеет должного представления о предмете обсуждения. Зачастую это сопровождается целенаправленным выплескиванием негативных эмоций, использованием табуированной лексики, откровенным глумлением и посягательством на глубинные нормативные идеи и ценности, воспринимаемые абсолютным большинством как сакральные. Такая протестная агрессия для некоторых людей становится нормой в медиaproстранстве и закрепляет деструктивные паттерны поведения, направленные на обесценивание норм морали и общечеловеческих ценностей, стремление нарушать правила, бороться и уничтожать.

Медиатизация оказывает значительное влияние на культурные процессы, способствуя их *стандартизации* и *унификации*. Это приводит к *потере культурного разнообразия* и возникновению *кризиса идентичности* как на уровне личности, так и на уровне общества (Анохина, 2015).

В условиях современного общества средства массовой информации активно распространяют стандартизированные культурные образы и практики, что приводит к нивелированию культурного многообразия. В стремлении привлечь внимание как можно более широкой аудитории, медиакомпания создают контент, основанный на универсальных символах и стереотипах, тем самым нивелируя значимость локальных и уникальных культурных особенностей.

При развитии медиатехнологий распространение цифровых платформ, разработанных с учетом потребностей и потенциала крупных медиакорпораций, способствует *культурной гомогенизации*, что в свою очередь приводит к утрате их уникальности и разнообразия.

Культурная гомогенизация также угрожает идентичности различных групп. Когда глобальные медиа формируют доминирующие нарративы и образы, меньшинства и локальные культуры могут оказаться вне мейнстрима, теряя свою видимость и значимость. Это может привести к чувству отчуждения и потере связи с собственными корнями. Исследования показывают, что молодое поколение все чаще идентифицирует себя с глобальными культурными символами, а не с местными традициями, что усугубляет кризис идентичности (Gorodnichenko, Roland, 2021).

Медиатизация также способствует коммерциализации культуры, когда культурные элементы становятся товаром. Это приводит к тому, что уникаль-



ные культурные практики начинают восприниматься через призму потребления, что еще больше усиливает гомогенизацию. Например, традиционные праздники и ритуалы могут быть адаптированы для туристов, теряя свою подлинность и значение. В результате местные культуры становятся «упакованными» для глобального рынка, что лишает их глубины и контекста.

#### **4. Политические и экономические эффекты медиатизации.**

В статье «Медиатизация политики: трансформация демократий и перестройка политики» Йеспер Стрембек и Франк Эссер исследуют глубокое влияние СМИ на современные политические процессы и демократические структуры (Strömbäck, Esser, 2014). Они определяют медиатизацию как долгосрочный феномен, при котором логика медиа все больше формирует общественные институты, особенно в сфере политики. Центральным в их аргументации является наблюдение о том, что политические деятели должны соответствовать требованиям и практике медиа, чтобы добиться известности и успеха.

Эта трансформация имеет значительные последствия как для политических институтов, так и для демократических принципов. Средства массовой информации оказывают существенное влияние на общественное мнение и политическую повестку дня, часто отдавая приоритет вопросам, которые привлекают большое внимание, а не тем, которые могут быть более критичными, но менее сенсационными. Более того, появление социальных сетей усилило этот эффект, создав дополнительное давление на традиционные модели управления в плане взаимодействия с цифровыми платформами.

Основное противоречие возникает между логикой СМИ, для которой характерно сосредоточение внимания на развлечениях, зрелищах и рейтингах, и политической логикой, которая делает акцент на разработке политики и эффективном управлении. Следовательно, политики часто прибегают к *упрощению сложных вопросов* или преследуют краткосрочные цели, чтобы сохранить актуальность в медийном пространстве. Эта динамика бросает вызов традиционным представлениям о демократии, поскольку власть переходит от политических элит к средствам массовой информации.

Медиатизация политики не только усиливает участие граждан за счет расширения доступа к информации, но и способствует фрагментации и поляризации общества. Хотя глобальные тенденции отражают различную степень медиатизации в зависимости от местных условий, таких как журналистские традиции и свобода прессы, это явление широко распространено по всему миру.

Стрембек и Эссер утверждают, что растущее влияние СМИ будет продолжать изменять стратегии политической коммуникации и процессы принятия решений. Для устранения потенциальных негативных последствий они выступают за более глубокое понимание механизмов медиатизации и целенаправленные реформы, направленные на сохранение демократических

ценностей. Их анализ подчеркивает необходимость критической оценки развивающихся отношений между СМИ и политикой для поддержания устойчивых демократических систем в условиях продолжающихся преобразований (Strömbäck, Esser, 2014).

П. Норрис, профессор политологии Гарвардского университета, и Р. Инглхарт, профессор политологии Мичиганского университета, исследуют взаимосвязь крупных политических событий с меняющейся ролью СМИ в формировании общественного восприятия и политических результатов. В их работе утверждается, что эти события являются примером фундаментального сдвига в политико-медийной среде, отмеченного *усилением поляризации, широким распространением дезинформации* и преобладанием *популистского дискурса* (Inglehart, Norris, 2017).

Центральное место в их работе занимает признание фрагментарности СМИ, когда различные средства массовой информации обслуживают отдельные идеологические группы, создавая *эхо-камеры*, которые укрепляют ранее существовавшие системы убеждений. Платформы социальных сетей становятся мощными средствами быстрого распространения информации, в которых часто отсутствуют строгие механизмы проверки фактов, что способствует распространению лжи и искаженных историй. Эта тенденция усугубляется стратегическим использованием популистской риторики, которая находит глубокий отклик у недовольных избирателей, усиливая недовольство и способствуя *расколу в обществе*.

*Ослабление общественного доверия* к основным средствам массовой информации, усугубляемое обвинениями в пристрастности и распространением альтернативных информационных экосистем, подрывает авторитет традиционной журналистики. В совокупности эти факторы создают серьезные проблемы для демократического управления, поскольку препятствуют конструктивному диалогу, препятствуют усилиям по достижению консенсуса и способствуют институциональному параличу.

В своей работе политологи подчеркивают трансформационный характер политико-медийного ландшафта с его дестабилизирующим воздействием на демократические нормы, призывая к повышению бдительности и разработке стратегий противодействия дезинформации при одновременном поощрении осознанного участия гражданского общества.

На экономическом уровне медиатизация также имеет деструктивные последствия. Одним из них является усиление неравенства в доступе к информации и ресурсам. Исследования показывают, что медиаплатформы часто способствуют *концентрации капитала и власти в руках немногих крупных игроков* (Wollner, 2014). Это создает условия для формирования *олигополий и монополий* в медиаиндустрии, что ограничивает разнообразие мнений и способствует экономической зависимости меньшинств от крупных корпораций.

Кроме того, медиатизация может привести к *экономической нестабильности* через усиление спекулятивных практик. В условиях быстрого распространения информации финансовые рынки становятся более чувствительными к новостям и слухам, что увеличивает волатильность активов (Гаврилов и др., 2022). Это явление было ярко продемонстрировано во время финансовых кризисов, когда паника на рынках часто была вызвана медийным освещением событий.

С учетом рассмотренных эффектов представляется возможным предложить классификацию деструктивных следствий медиатизации по трем направлениям:

*1. По уровню воздействия.*

– Индивидуальный уровень: эффекты, влияющие на когнитивные и психологические аспекты личности.

– Групповой и институциональный уровень: изменения, затрагивающие социальные группы и институты, такие как семья и образование.

*2. По характеру воздействия.*

– Непосредственное воздействие: влияние, оказываемое медиаконтентом на поведение и установки индивидов.

– Косвенное воздействие: долгосрочные изменения социальных структур и культурной динамики, обусловленные медиатизацией.

*3. По степени влияния.*

– Слабое влияние: локальные и временные изменения, например, временное изменение выборов поведения.

– Сильное влияние: глубокие и устойчивые трансформации культурных и социальных норм.

Особого внимания, безусловно, заслуживают изменения на институциональном уровне и в долгосрочной перспективе, поскольку именно инкрементные институциональные изменения определяют вектор развития общества. Они зависят от того, насколько стабильны институциональные характеристики общества, что выступает источником этих изменений, насколько они сильны и как направлены.

### **Заключение**

Как любой масштабный процесс, медиатизация имеет позитивные и негативные последствия. Деструктивные явления представляют собой обратную сторону медиатизации и являются неотъемлемой ее частью. Медиатизация меняет коммуникацию, расширяя ее в пространстве и времени. Информационное воздействие на личность происходит на когнитивном, психосоциальном уровнях. Социальное влияние проявляется в процессах культурной гоменизации, кризисе культурной идентичности.

Медиатизация политики, экономики и других социальных институтов способствует фрагментации и поляризации общества, ослаблению доверия к СМИ, власти, усугублению социального неравенства.

Игнорирование деструктивных тенденций способно привести к нарушению социальных связей, социальной деградации, размыванию глубинных норм и ценностей, вплоть до крайних проявлений, как, например, рост терроризма и киберпреступности, что создает угрозу национальной целостности и безопасности.

#### Список источников

Анохина В. В. Медиатизация как фактор трансформации социальных пространств и метаморфозы культурных традиций / В. В. Анохина // *Философия и социальные науки*. – 2015. – № 3. – С. 13–18. – EDN ZPFGGS.

Бухарбаева А. Р. Клиповое мышление поколения Z: методы развития творческого потенциала студентов / А. Р. Бухарбаева, Л. В. Сергеева // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. – 2020. – Т. 25, № 4. – С. 787–796. – DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-4-787-796. – EDN KPQFUX.

Гаврилов В. Влияние тематических новостных потоков на компоненты волатильности фондового рынка России / В. Гаврилов, М. А. Иванов, О. А. Клачкова [и др.] // *Вестник Института экономики Российской академии наук*. – 2022. – № 2. – С. 93–111. – DOI 10.52180/2073-6487\_2022\_2\_93\_111. – EDN PVPUQT.

Гладкова А. А. Модель трех уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на примере исследования Республики Татарстан) / А. А. Гладкова, В. З. Гарифуллин, Р. Массимо // *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*. – 2019. – № 4. – С. 41–72. – DOI 10.30547/vestnik.journ.4.2019.4172. – EDN GZLUXO.

Гринева О. А. Информационная перегрузка человека в информационном обществе / О. А. Гринева // *Миссия конфессий*. – 2022. – Т. 11, № 8(65). – С. 193–199. – EDN JLMROK.

Игаева К. В. Медиатизация коммуникативной памяти и кризис критического мышления в цифровую эпоху / К. В. Игаева, Ф. В. Николай // *Научный диалог*. – 2024. – Т. 13, № 9. – С. 189–205. – DOI 10.24224/2227-1295-2024-13-9-189-205. – EDN BOGCZX.

#### References

Anokhina V. V. Mediatization as a Factor in the Transformation of Social Spaces and the Metamorphosis of Cultural Traditions. *Filosofiya i sotsial'nyye nauki = Philosophy and Social Sciences*. 2015; 3: 13-18. (In Russ.)

Bukharbaeva A. R., Sergeeva L. V. Clip Thinking of Generation Z: Methods for Developing Students' Creative Potential. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedeniye. Zhurnalistika = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Literary Criticism. Journalism*. 2020; 25(4): 787-796. DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-4-787-796. (In Russ.)

Gavrilov V., Ivanov M. A., Klachkova O. A. et al. The Impact of Thematic News Flows on the Volatility Components of the Russian Stock Market. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiyskoy akademii nauk = Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*. 2022; 2: 93-111. DOI 10.52180/2073-6487\_2022\_2\_93\_111. (In Russ.)

Gladkova A. A., Garifullin V. Z., Massimo R. Model of Three Levels of Digital Inequality: Modern Opportunities and Limitations (based on a study of the Republic of Tatarstan). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism*. 2019; 4: 41-72. DOI 10.30547/vestnik.journ.4.2019.4172. (In Russ.)

Grineva O. A. Information overload of a person in the information society. *Missiya konfessiy = Mission of confessions*. 2022; 11; 8(65):193-199. (In Russ.)

Igaeva K. V., Nikolai F. V. Mediatization of communicative memory and the crisis of critical thinking in the digital age. *Nauchnyy dialog = Scientific dialogue*. 2024; 13(9): 189-205. DOI 10.24224/2227-1295-2024-13-9-189-205. (In Russ.)

Конькова В. С. Медиакультура и медиа-потребление в современном российском обществе / В. С. Конькова // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2022. – Т. 7, № 4. – С. 21–32. – EDN GEBFIQ.

Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – Москва: Практис, 2005. – 256 с. (Серия «Образ общества»). – ISBN 5-901574-46-X.

Русаков А. Ю. Эхо-камеры в современной массовой культуре / А. Ю. Русаков // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2019. – № 2(39). – С. 11–15. – DOI 10.30725/2619-0303-2019-2-11-15. – EDN GYRHXV.

Слюсарев В. В. «Цифровой эксгибиционизм»: самоидентификация личности в условиях информационного общества / В. В. Слюсарев, Т. М. Хусяинов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2019. – Т. 44, № 3. – С. 434–442. – DOI 10.18413/2075-4566-2019-44-3-434-442. – EDN VHJGJW.

Goldman I. Exploring subjective sociocultural understandings of “fear of missing out” (FoMO) and the unsettled self in a time of deep mediatization / I. Goldman, Ch. Davis, R. Clark // New Media & Society. – 2023. – 27(2). – P. 480–501. – DOI:10.1177/14614448231177966.

Gorodnichenko Y. Culture, institutions and democratization / Y. Gorodnichenko, G. Roland // Public Choice. – 2021. – Vol. 187(1). – P. 165–195. – DOI 10.1007/s11127-020-00811-8

Hepp A. The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’ / A. Hepp // European Journal of Communication. – 2013. – Vol. 28 (6). – P. 615–629.

Inglehart R. Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash / R. Inglehart, P. Norris // SSRN Electronic Journal. – 2016. – DOI:10.2139/ssrn.2818659.

Strömbäck J., Esser F. Mediatization of Politics: Transforming Democracies and Reshaping Politics. In K. Lundby (Ed.). Mediatization of Communication. Berlin:

Konkova V. S. Media culture and media consumption in modern Russian society. *Kommunikologiya: elektronnyy nauchnyy zhurnal* = *Communicology: electronic scientific journal*. 2022; 7(4): 21–32. (In Russ.)

Luhmann N. The reality of mass media. Transl. from German by A. Yu. Antonovsky. *Moskva: Praxis* = *Moscow: Praxis*. 2005; 256 p. (Series “Image of Society”). ISBN 5-901574-46-X. (In Russ.)

Rusakov A. Yu. Echo chambers in modern mass culture. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* = *Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture*. 2019; 2(39): 11–15. DOI 10.30725/2619-0303-2019-2-11-15. (In Russ.)

Slyusarev V. V., Khusyainov T. M. “Digital Exhibitionism”: Self-Identification of an Individual in the Information Society. *Nauchnyye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo.* = *Scientific Bulletin of Belgorod State University. Series: Philosophy. Sociology. Law*. 2019; 44(3): 434–442. DOI 10.18413/2075-4566-2019-44-3-434-442. (In Russ.)

Goldman I., Davis Ch., Clark R. Exploring subjective sociocultural understandings of “fear of missing out” (FoMO) and the unsettled self in a time of deep mediatization. *New Media & Society*. 2023; 27(2): 480–501. DOI:10.1177/14614448231177966.

Gorodnichenko Y., Roland G. Culture, institutions and democratization. *Public Choice*. 2021; 187: 165–195. DOI 10.1007/s11127-020-00811-8

Hepp A. The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the ‘mediation of everything’. *European Journal of Communication*. 2013; 28 (6): 615–629.

Inglehart R., Norris P. Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash. *SSRN Electronic Journal*. 2016. DOI 10.2139/ssrn.2818659.

Strömbäck J., Esser F. Mediatization of Politics: Transforming Democracies and Reshaping Politics. In K. Lundby (Ed.).



De Gruyter Mouton, 2014. – P. 375-403.  
DOI:10.1515/9783110272215.375.

*Turkle Sh.* Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other / Sherry Turkle. New York: Basic Books, 2011. – 360 p.

*Wollner G.* Capital in the Twenty-First Century, Thomas Piketty. Harvard University Press / G. Wollner // Economics and Philosophy. – 2014. – Vol. 31(2). – P. 327–334. DOI:10.1017/S0266267115000061.

Mediatization of Communication. *Berlin: De Gruyter Mouton*, 2014: 375-403. DOI:10.1515/9783110272215.375.

*Turkle Sh.* Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. Sherry Turkle. *New York: Basic Books*. 2011; 360 p.

*Wollner G.* Capital in the Twenty-First Century, Thomas Piketty. Harvard University Press. *Economics and Philosophy*. 2014; 31(2): 327-334. DOI:10.1017/S0266267115000061.

**Для цитирования:** Сусименко Е. В., Хорохордина А. В. Деструктивные эффекты медиатизации сфер общественной жизни: формы, виды и классификации // Гуманитарий Юга России. – 2025. – Т. 14. – № 3(73). – С. 107–120. DOI 10.18522/2227-8656.2025.3.9 EDN IKEKHA

#### **История статьи:**

Поступила в редакцию – 25.02.2025

Одобрена после рецензирования –  
26.03.2025

Принята к публикации – 28.03.2025

#### **Сведения об авторах**

##### **Сусименко Елена Владимировна**

Доктор философских наук, профессор,  
заведующий кафедрой «Иностранные языки»  
Академии социальных исследований  
и гуманитарного развития Южно-  
Российского государственного  
политехнического университета  
(НПИ) имени М. И. Платова»  
SPIN-код: 7112-8390  
AuthorID РИНЦ: 445931  
*e.susimenko@npi-tu.ru*

#### **Information about authors**

##### **Elena V. Susimenko**

Doctor of Philosophical Sciences, Professor,  
Head of the Department for Foreign  
Languages, Academy of Social Research  
and Humanitarian Development,  
Platov South-Russian State Polytechnic  
University (NPI)  
*e.susimenko@npi-tu.ru*

##### **Хорохордина Алёна Вадимовна**

Аспирант, старший преподаватель кафедры  
«Иностранные языки», Академия социальных  
исследований и гуманитарного развития  
Южно-Российского государственного  
политехнического университета  
(НПИ) имени М. И. Платова  
SPIN-код: 8115-4394  
AuthorID РИНЦ: 1148414  
*horokhordina\_av@npi-tu.ru*

##### **Alyona V. Khorokhordina**

Postgraduate Student,  
Assistant Lecturer,  
Department for Foreign Languages, Academy  
of Social Research and Humanitarian  
Development, Platov South-Russian State  
Polytechnic University (NPI)  
*horokhordina\_av@npi-tu.ru*

*Авторы внесли эквивалентный вклад в подготовку публикации.  
У авторов нет конфликта интересов для декларации.*