
КОНТЕКСТ

Е.Л. ВАРТАНОВА *

**РОССИЙСКАЯ МЕДИАСИСТЕМА
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ:
ДИНАМИКА И АКТУАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Аннотация. Статья предлагает аналитический обзор отечественных и зарубежных исследований, посвященных трансформациям медиасистемы России под влиянием цифровизации. Цель работы – систематизировать представления о динамике российской медиасистемы в условиях технологической революции, связать этапы глобальных ИКТ-преобразований с траекторией национального развития и предложить периодизацию изменений с 1980-х годов до настоящего времени. Теоретическую основу анализа составляют междисциплинарные подходы к пониманию медиа (информационное общество, медиатизация, технологический детерминизм, исследования цифровых платформ) и концепция медиасистемы, раскрывающая связь медиа с национальным политическим, экономическим и институциональным контекстом. Автор подчеркивает «двойственную природу» медиасистемы как результата взаимодействия технологических и социально-политических факторов, проявляющееся в ее трансформации.

Ключевым результатом анализа становится реконструкция этапов «пересборки» отечественной медиасистемы в контексте глобальной цифровизации (1985–1991; 1991–1999; 2000–2009; 2010–2015; 2015–2020; 2020-е – н.в.), а также сопоставление «архитектуры» медиасистемы XX и XXI вв. Показано, что переход от аналоговой к цифровой среде сопровождается ростом многоканальности и цифрового неравенства, распадом массовой аудитории, фрагментацией медиапотребления, расширением границ журналистики в связи с выходом в медиасреду новых акторов производства и распространения контента (блогеров, SMM-специалистов, создателей подкастов и др.).

* **Вартанова Елена Леонидовна**, академик РАО, доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва, Россия), e-mail: evarta@mail.ru

В заключение обозначены теоретические вызовы, обусловленные цифровизацией медиа: ускорение и усложнение медиадинамики, необходимость переосмысления вопроса о сохранении / изменении сущности медиа (логика медиаметаморфоза), а также потребность в развитии понятийного аппарата и междисциплинарных объяснительных моделей для анализа современной медиасреды.

Ключевые слова: медиа; медиаисследования; медиасистема; цифровизация; российское общество.

Для цитирования: Вартанова Е.Л. Российская медиасистема в условиях цифровизации: динамика и актуальные характеристики // Политическая наука. – 2026. – № 2. – С. 21–42. –DOI: <http://www.doi.org/10.31249/poln/2026.02.02>

Введение

Развитие медиа сегодня находится под значительным воздействием цифровизации, которую исследователи рассматривают как внедрение цифровых технологий в различные аспекты их функционирования [Дугин, 2021]. Это происходит как на разных стадиях медиапроизводства (сбор, создание, распространение контента, расширение типологии его авторов), так и на уровне взаимодействия аудитории с медиа (увеличение числа каналов, цифровое неравенство в доступе аудитории к содержанию, фрагментация доступа). На уровне аудитории проявляется новое качество ее вовлечения в производство и распространение контента, что ведет к переходу многих функций, выполнявшихся прежде журналистами, к другим акторам цифровых медиакоммуникаций [Индустрия российских медиа..., 2017; Медиапотребление «цифровой молодежи»..., 2021; Вырковский, Макеенко, 2021; Назаров, 2023; Полуэхтова, 2023; Вартанов, 2023]. В последнее десятилетие стали очевидны изменения как в традиционных структурах медиасистемы, так и в ее функционировании, эффектах ее воздействия на различные стороны общественной жизни и аудиторию.

Цель данной работы, представляющей аналитический обзор работ исследователей медиа, состоит в систематизации представлений о динамике отечественной медиасистемы под воздействием революционного развития информационных технологий и цифровизации медиа и построение периодизации их изменений в условиях трансформации технологической среды. Важным методологическим аспектом анализа является выявление связи глобальных периодов технологических преобразований медиа с развитием отечественной медиасистемы, а также предпринятая автором попытка интеграции подходов российских академических исследо-

ваний медиасистемы, выявления на их основе ключевых представлений о ее актуальных характеристиках.

Теоретические подходы к пониманию медиа

Понимание медиа в современном мире определяется рядом наиболее влиятельных междисциплинарных подходов социогуманитарного знания.

На рубеже XX–XXI вв., анализируя воздействие информационно-коммуникационных технологий на общество, исследователи предложили концепции, сформировавшие блок *теорий информационного общества* [Masuda, 1990; Кастельс, 2000]. Изначально его характерной чертой считалось превращение информации в ключевой ресурс экономической и политической жизни, но сегодня все чаще говорят и о таких характеристиках, как открытый доступ к огромным массивам больших данных, наличие компьютерных средств их обработки [Уэбстер, 2004; Срничек, 2020]. Новый характер общества не снял, а, напротив, усилил социальные противоречия [Пикетти, 2016], создав новые, прежде всего – цифровое неравенство, называемое также цифровым расколом, цифровым разрывом, приводящим к неравному доступу к информации и знаниям [Ragnedda, Ruiu, 2020].

В контексте социальных и технологических преобразований глобальной среды и общественно-политической системы России с 1991 г. теоретические рамки отечественных *медиаисследований* существенно расширились. Кардинально обновились их тезаурус и понятийно-концептуальное поле: к теоретическому осмыслению журналистики [Прохоров, 2011], СМИ и массовой коммуникации [Землянова, 2004; Бакулев, 2010; Назаров, 2023] добавился анализ медиа как области, расширяющейся в связи с возникновением новых, онлайн-, интерактивных, социальных, цифровых медиа [Интернет-СМИ..., 2010; Васильев, 2025], осмысление трансформации журналистики в условиях цифровизации [Мультимедийная журналистика..., 2017; Трансформация журналистской работы..., 2017; Работа журналиста..., 2025]. Однако понятие «медиа» в результате этого расширения так и не получило единого конвенционального определения, о чем говорят многие. Так, медиафилософ В.В. Савчук подчеркивает: «В общем виде медиа – понятие с неопределенными границами» [Савчук, 2014, с. 58].

Тем не менее ряд работ предлагает его определение и как совокупности технических средств коммуникации, и как особой среды или пространства со своими практиками, культурой, функциями [Землянова, 2004; Жилавская, 2011; Кириллова, 2011; Бузин, 2012; Коломиец, 2020]. Предложено также рассмотрение медиа как поля, интегрирующего технологии, содержание и аудиторию, как технологически опосредованное интегральное социальное пространство политики, экономики, культуры, символических систем [Отечественная теория медиа..., 2025, с. 75]. Эти подходы соотносятся и с лаконичной характеристикой, предложенной в недавней масштабной работе К. Фукса и существенно расширяющей смысл термина: «Медиа – это не технологии, а техносциальные системы» [Фукс, 2025, с. 61].

В последние десятилетия в связи с повышением роли медиа в общественной жизни их изучение приняло междисциплинарный характер за счет применения новых теорий и методик – социологических [Коломиец, 2014]; культурологических [Кириллова, 2006], технократических [Землянова, 2012], философских [Савчук, 2011]. В.В. Савчук, обосновывая необходимость создания новой дисциплины – медиафилософии, при этом выделяет обособленность объектно-предметного поля медиа: «Медiateория возникает в рамках специализированного знания, используя количественные характеристики технических средств сбора, объема хранения и скорости передачи информации, сталкиваясь все настойчивее с социальными эпифеноменами, ими порожаемыми» [там же, с. 199].

В результате в разных исследовательских контекстах за пределами медиаисследований медиа может означать: институт власти и агента, формирующего социальную реальность (социология), систему символов и репрезентаций (культурология), агентов социализации, особенно применительно к новым медиа и социальным сетям (психология) [Коломиец, 2020; Новикова, 2009; Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017].

К настоящему времени сформировалось широкое, комплексное, хотя и довольно размытое представление о медиа как о междисциплинарном объекте исследования, причем его междисциплинарность определяется не только сложностью и неоднородностью самого объекта, но и разнообразием методологии и методического инструментария, применяющихся при изучении медиа [Кирия, Новикова, 2017].

Среди новых фокусов медиаисследований одним из ключевых стал процесс *медиаатизации*, который многие ученые считают

метапроцессом современности, подчеркивая, что логика медиа, особенно в период цифровизации, проникает в современные социальные практики, трансформируя их в соответствии со своими целями и ценностями [Горохов, Шилина, 2009; Коломиец, 2014; Гуреева, 2018]. Медиатизация захватывает различные социальные пространства, трансформируя, например, политические процессы в экстремальные [Лабуш, Пую, 2019], оказывая многоаспектное негативное влияние на сознание и поведение аудитории [Лабуш, Пую, 2025], внося свою логику в разжигание и эскалацию социальных конфликтов в медиа [Бодрунова, 2018; Anikina, Krashennikova, Vyrkovsky, 2023; Нефёдова, 2023]. В процессе анализа влияния цифровых медиа на социум и пользователя, расширения масштабов и изменения эффектов цифровой медиакommunikации распространяются и новые теоретические концепции – например, *цифрового неравенства* и *цифрового капитала* пользователей, определяющие границы и уровни доступа пользователей к информации [Гладкова, Гарифуллин, Рагнедда, 2019; Вартанова, Гладкова, 2020].

Ключевым направлением исследований в 2020-х годах стало изучение *медиапотребления* как социально значимой практики, определяемой поведением аудитории в пространстве цифровых медиа, связанной с пользовательскими навыками и зачастую несущей риски для повседневной жизни. Для анализа этой области междисциплинарность дает наиболее продуктивные результаты. Медиаисследователи, социологи, психологи активно используют «поколенческий» и «когортный» подходы, выявляющие паттерны поведения групп «цифровых» пользователей с различными практиками доступа к информации, нормами коммуникации, режимами внимания и многозадачности [Назаров, 2023; Полуэхтова, 2023]. Показательна концептуализация медиапотребления «цифрового поколения» как комплексного социокультурного феномена [Dunas, Vartanov, 2020]. Активно развивается психологически ориентированная концепция цифровой и даже медиасоциализации, связывающей медиапотребление с безопасностью и нормами онлайн-поведения [Солдатова, Рассказова, Нестик, 2017; Дунас, 2022]. У данного направления возник мощный вектор научно-практических педагогических подходов, объединивших его с концепциями медиаобразования и медиаграмотности, которые представляют обобщение необходимого комплекса знаний и умений пользователей в цифровой медиасреде [Москаленко, 2024].

Одной из наиболее влиятельных в исследованиях медиа уже со второй половины XX в. является группа подходов *техноло-*

гического детерминизма, у истоков которой находятся работы Г. Инниса и Г.М. Маклюэна. В 1950-х годах именно они обратили внимание на значение медиатехнологий для социального развития, на их воздействие на становление новых структур общественной жизни, на трансформацию жизнедеятельности общества [Иннис, 2024; Маклюэн, 2018]. По мнению ведущего теоретика массовой коммуникации XX в. Д. МакКуэйла, «медиа не существуют без основных информационно-коммуникационных технологий, актуальных для определенного времени и места, но при этом они (медиа. – Е. В.) всегда представляют собой не только каналы, но и содержательное пространство общественной коммуникации» [McQuail, 2011, p. 11, 136].

Несмотря на возрождение в последние десятилетия [Самарцев, 2017], в современном социогуманитарном знании эта концепция вызывает значительную критику технопессимистов, которые выступают против манипулятивного потенциала, используемого глобальными цифровыми корпорациями в целях получения сверхприбылей, сворачивания индивидуальных свобод современного потребителя [Варуфакис, 2025; Зубофф, 2025]. Особенную тревогу, но и новые ожидания вызывает быстрое неконтролируемое внедрение генеративных нейросетей и искусственного интеллекта в практику медиа, представляющих угрозу как традиционным журналистским редакциям, так и пользователям (см. специальный номер журнала «Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика» по теме «Искусственный интеллект в журналистике и медиаисследованиях» – № 5, 2025).

Вырастающее из технологического детерминизма междисциплинарное направление исследований – *изучение цифровых платформ* – напрямую связано с воздействием информационно-коммуникационных технологий на преобразование традиционных структур и функциональных практик медиа. Этот блок исследований только частично сопрягается с медиа, однако именно сейчас, в условиях растущего воздействия цифровых платформ, цифровых экосистем на аудиторию, они все чаще рассматриваются как конкуренты традиционных СМИ, снижающие эффективность рекламной бизнес-модели СМИ [Тыщевская, 2023]. Цифровые платформы, приобретая или создавая свои медиаподразделения (по производству цифрового аудиовизуального мультимедийного контента, рекламные и новостные службы, социальные сети), сами становятся влиятельными игроками медиарынка, хотя прежде всего в сегменте развлекательных медиа [Поляков, 2022; Тыщевская, 2025; Бабына, 2025].

«Двойственная природа» медиасистемы: взаимодействие социального и технологического

Еще одна теоретическая рамка, которая важна для понимания места медиа в современном обществе, это *концепция медиасистемы*. Термин «медиасистема» принимается не всеми исследователями, хотя он широко используется не только в теории, но и базовых университетских курсах, в индустриальном сообществе, в законодательной среде. Эта концепция стремится объединить системный анализ СМИ с анализом других общественных институтов, рассмотреть функционирование медиа в национальном и глобальном макроконтексте.

Большая часть теоретических работ, анализирующих медиасистему, опубликована зарубежными авторами. Интерес к рассмотрению медиасистемы в ее детерминированности политической системой страны возник после публикации монографии Д. Халлина и П. Манчини *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. В ней через призму прежде не использовавшихся индикаторов были предложены три модели медиасистемы (на основе СМИ США, стран Северной и Западной Европы). В число параметров / индикаторов выделения вошли: развитие массовой прессы, отражающей развитие медиарынка в целом; политический параллелизм СМИ, репрезентирующий различные идеологические позиции; состояние журналистского профессионализма; природа и формы воздействия государства на СМИ [Hallin, Mancini, 2004, p. 21]. Позже анализ был расширен на медиасистемы стран Восточной Европы, Азии, Латинской Америки, Африки [Hallin, Mancini, 2004; 2012].

Одним из лаконичных, но довольно исчерпывающих определений в зарубежном дискурсе можно считать следующее: «...медиасистема включает в себя все массмедиа, организованные или действующие в рамках определенной социальной и политической системы, то есть национального государства» [Hardy, 2012, p. 185]. Цифровизация медиа и коммерциализация медиарынка в 1990-х годах заставили говорить о гибридизации национальных медиасистем, считать ее проявлением их унификации, что впоследствии было развито К. Фольтмер при анализе переходного периода стран Восточной Европы [Voltmer, 2013].

После опубликования работ Д. Халлина и П. Манчини появились исследования, в которых были предложены новые индикаторы [Bruggemann et al., 2014; Humprecht, Esser, 2018]. На основе

переменных был проведен анализ медиасистем России и некоторых постсоциалистических стран [Dobek-Ostrowska et al., 2010; Варганова, 2014; Dobek-Ostrowska, 2019].

Сегодня в контексте пересмотра теории глобализации и актуализации значения концепции национального государства роль медиасистемы как его значимого института не только не уменьшилась, а напротив, получила новую актуальность [Варганова, 2014, с. 227]. Это подчеркивали и зарубежные авторы. Т. Флю и С. Вайсборд отмечали: «Медиасистема – это концептуальная конструкция, которая рассматривает комплекс структур и их динамику таким образом, что позволяет систематически изучать медиа, политику и стратегию» [Flew, Waisbord, 2015, p. 623].

Отечественные исследователи также развивали концепцию медиасистемы, опираясь на подход М.В. Шкондина, согласно которому «СМИ должны быть организованной системой, действующей в соответствии в развитии условий жизни общества, иметь для этого необходимые организационные отношения между участниками массовой информационной деятельности [Система средств..., 2003, с. 17]. Более позднее определение подчеркивает: «Медиасистема – это сложная многоуровневая и многовекторная среда, образованная медиаинститутами в их взаимодействии с обществом, другими его институтами, а также индивидуумами / гражданами (аудиторией)» [Отечественная теория медиа..., 2025, с. 102]. Возражая против понимания медиасистемы как статичной теоретической конструкции, некоторые авторы отмечают, что ее надо воспринимать как «структуру в контексте» [Bodrunova, Gladkova, 2023].

Если теоретические рамки *медиасистемы* обращают внимание прежде всего на связь медиа с политической системой, то современные концепции *политической экономики медиа* и *медиаэкономики* обращают внимание на роль технологий, рассматриваемых как ключевой фактор ее развития. Процесс социальных изменений, опирающийся на науку, отражает «двойственную природу» взаимоотношений общества и медиа, поэтому востребованность цифровых медиаинноваций определяется не только их изобретением, но и социальным запросом на них [Williams, 1975]. Медиа, развиваясь под воздействием технологического прогресса, оказывают воздействие на общество, которое вследствие этого и само меняется под воздействием инноваций [Землянова, 2004, с. 197–198, 321]. То есть медиа выступают и пользователем, и генератором инноваций [Варганов, 2024, с. 13].

Близок этим взглядам и *технологический детерминизм*, согласно которому развитие общества и медиа стимулируется прогрессом технологий, который выступает главным фактором социальной динамики [McLuhan, Fiore, 1967]. Сегодня распространяется представление о том, что цифровизация ведет не только к количественным изменениям в медиа (умножение числа каналов, рост объемов контента, увеличение типов и количества авторов, а также времени, проводимого пользователями с медиа), но и качественным, глубинным их преобразованиям [Fedler, 2005]. Предлагается концепция *медиаэтоморфоза*, констатирующая появление новой сущности медиа в результате воздействия технологий на традиционные СМИ: их структуры меняются, возникают новые медиа, размываются границы между их типами и видами, трансформируются взаимодействия между межличностными и массмедиа, реструктурируется соподчинение (таксономия) системных элементов медиа [Nwammuo, 2011; Niket, 2018].

Несмотря на отличия в понимании медиа, большинство исследователей разнообразных академических полей сходятся в том, что динамика медиасистемы детерминирована одновременно и прогрессом технологий, и общественными процессами, но испытывает при этом воздействия как глобальных процессов, так и особенностей национального развития [МакКуэйл, 2013, с. 30–33; Nordenstreng, Thussu, 2015; Thussu, Nordenstreng, 2020].

«Пересборка» отечественной медиасистемы

Для понимания особенностей развития медиасистемы России, которая вышла на новый этап развития в 1991 г., учет взаимодействия факторов социальной и технологической, глобальной и национальной природы становится принципиально важным. Развитие отечественной медиасистемы, рассмотренное через оптику общественно-политической (с 1991 г.) и технологической трансформации нашей страны, очевидно соотносится с глобальным прогрессом ИКТ, который оказал влияние на все национальные медиасистемы, хотя и с разными последствиями. Рассмотрим эту «двойную трансформацию» в контексте основных этапов глобального процесса цифровизации, начавшегося в последние десятилетия XX в. (табл. 1).

Таблица 1

Динамика трансформации отечественной медиасистемы в контексте глобальной цифровизации

Годы	Основные процессы развития ИКТ на глобальном уровне	Основные процессы в отечественной медиасистеме
1985–1991	Развитие Интернета (с 1960 гг.), появление первых компьютерных сетей в академической среде, распространение кабельного и спутникового телевидения, внедрение ПК на рынки труда развитых экономик мира, вхождение компьютерных сетей в медиапроизводство	Гласность как новая форма государственной политики, зарождение общественно-политических реформ, Закон СССР о СМИ, Закон РФ о СМИ, появление первых ПК в редакциях, использование факсов в период августовского путча 1991, возникновение медиарынка, деидеологизация СМИ, становление рекламной бизнес-модели
1991–1999	Рост аудитории Интернета во многих странах, ЦЕРН делает Интернет публичным, коммерциализация Сети, внедрение ее в государственное управление, военное дело, появление поисковых систем, расширение процесса глобализации в медиа	Распад СССР, трансформация политической и экономической систем РФ, новое законодательство в области СМИ, выход России в глобальное информационное пространство, приватизация печатных и радиовещательных СМИ, появление медиаолигархов, рост рынка рекламы (до кризиса в 1999 г.), дефолт
2000–2009	Появление Web 2.0, быстрое распространение платформ для блогов, зарождение видеохостингов, бурный рост социальных сетей, становление сегмента пользовательского контента, внедрение рекламной бизнес-модели в социальные медиа, создание форума по управлению Интернетом, мировой инвестиционный кризис, лопается «пузырь» доткомов	Коммерциализация СМИ, расцвет рекламной бизнес-модели, создание крупных медиахолдингов, активное проникновение Интернета в регионы РФ, движение молодежной аудитории от традиционных СМИ в онлайн-среду, рост популярности глобальных социальных сетей, появление отечественных сетей («Одноклассники», «ВКонтакте»), создание русскоязычной поисковой системы «Яндекс», первые легальные видеосервисы
2010–2015	Усиление конкуренции между крупнейшими игроками социальных медиа, появление и начало внедрения концепции «Интернета вещей»	Активное развитие сетевой модели в телерадиовещании, начало Федеральной программы перехода на цифровое телерадиовещание, расцвет мультимедийной журналистики, переход медиапотребления городской аудитории в онлайн, создание кроссплатформенного мессенджера Телеграм
2015–2020	Глобальное распространение Интернета (более половины населения в Сети), мобильные сети пятого поколения, глобальная популярность социальных медиа, дело Сноудена, повышение мультисервисности Интернета (банкинг, умные ассистенты, широкое распространение Интернета вещей), распространение облачных технологий	Завершение программы цифровизации теле- и радиовещания, применение политики санкций зарубежных рекламодателей в медиа, значительное падение рекламного рынка, сокращение объемов деятельности некоторых зарубежных медиакомпаний, Закон об ограничении иностранной собственности, маркировке инагентов, усиление государственного регулирования в сфере телекоммуникаций

Продолжение таблицы 1

Годы	Основные процессы развития ИКТ на глобальном уровне	Основные процессы в отечественной медиасистеме
2020–н.в.	Пандемия <i>COVID-19</i> : приостановка глобальных транспортных коммуникаций. Распространение «культуры отмены» России в цифровом и медиапространстве недружественных стран (2022) Распространение мобильного спутникового Интернета, превращение больших данных в ключевой ресурс, развитие генеративных нейросетей, больших языковых моделей, борьба США и Китая за лидерство в области ИИ	Пандемия <i>COVID-19</i> как причина усиления внимания к цифровым медиа, аудитория цифровых версий прессы начинает превышать аудиторию печатных. Санкции медиа- и рекламных компаний после начала СВО: уход ряда зарубежных медиакомпаний из РФ, запрет деятельности ряда иностранных сетей в РФ. Перестройка рынка отечественных журналов, рост кино- и видеопроизводства (в том числе на основе государственного финансирования), институционализация новых сегментов (ОТТ, подкасты), внедрение ИИ и нейросетей в деятельность редакций

Источник: составлено автором.

За последние тридцать лет изменения в медиасистеме оказались более чем значительными. По мнению некоторых исследователей, к настоящему моменту сложился определенный «баланс сил» между традиционными СМИ и новыми медиа [Chadwick, 2017], но он, скорее всего, носит временный характер, продолжая активно меняться под воздействием продолжающейся «пересборки» цифровых медиа.

Отдельно остановимся на рассмотрении тех новых структур и процессов, которые характеризуют современное развитие медиасистемы. Б. Латур, рассматривая современное состояние социальных наук, предлагает переопределить понятие социального, проведя «пересборку» того, «что именно собирается (assembled) под сенью общества» [Латур, 2020, с. 11]. Для анализа современной российской медиасистемы также необходимо не только вернуться к основам возникновения основных ее компонентов, но и, переопределив основные элементы, выявить их связи сегодня и в будущем.

Распад советской системы СМИ в 1990-х и последовавшая в 2000-х годах цифровизация создания и распространения медиа, несомненно, привели к качественному изменению самой медиасистемы. К концу XX в. в России, как и в других странах мира, сложилась достаточно жесткая структура медиасистемы (пресса, телерадиовещание, информационные агентства), использовавшая рекламную бизнес-модель [Щепилова, 2010; Вартанов, 2023], основанная на партийно-государственном регулировании и рассчитанная на массовую аудиторию, пассивно потреблявшую контент

СМИ. К середине 2020-х годов очертания и структура отечественной медиасистемы в результате цифровизации претерпели многоплановые изменения. В предлагаемой ниже таблице (см. табл. 2) предпринята попытка обобщить и систематизировать изменения отечественных медиа, вызванные как радикальной трансформацией общественно-политической системы, так и изменением институциональных и индивидуальных практик медиа под воздействием цифровизации. В употребляемый термин «архитектура» вкладывается более широкий смысл, чем просто структура системы, поскольку он обозначает также и функциональное назначение элементов медиасистемы, и методы их взаимодействия.

Таблица 2

Архитектура отечественной медиасистемы: XX и XXI век

Элементы архитектуры	Характеристики XX века	Характеристики XXI века
Каналы распространения и носители	Аналоговые	Цифровые
Типы медиа: институционализированные	Пресса, эфирное телевидение, радио, информационные агентства как B2B	Пресса, эфирное + неэфирное + спутниковое телевидение, радио, информационные агентства для аудитории
Тип медиа: неинституционализированные	Самиздат	Блоги, влоги, подкасты, пользовательские видео
Сектор продакшн	Кино, звукозапись	Кино, сериальное производство, звукозапись, игры, книги
Экономические модели	Клиентская (подписка, розница), рекламная, дотационная	Клиентская (подписка, розница), рекламная, дотационная, краудфандинг (донаты от пользователей), платформенная
Регулирование	Партийно-государственное	Государственное, индустриальное, саморегулирование
Тип медиапотребления	Линейное (чтение, слушание, просмотр)	Линейное и нелинейное вовлеченное (чтение, слушание, просмотр, коммуникация)
Стратегии деятельности медиакомпаний	Издательские, телерадиовещательные	Издательские, телерадиовещательные, онлайнвые, мультимедийные, коммуникационные, по требованию (on demand), платформенные
Ключевые профессии	Журналист, редактор	Журналист, редактор, медиакоммуникатор, блогер, влогер, создатель подкастов, специалист по SMM
Стратегические коммуникации	Реклама, связи с общественностью	Реклама, связи с общественностью (GR, IR, MR), брендинг, эвентинг, выставки

Источник: составлено автором.

Дискуссия и заключение

Анализ концепций и подходов современных медиаисследований ставит сегодня перед исследователями медиа насколько теоретико-концептуальных вызовов.

Во-первых, очевидно количественное увеличение масштабов и скорости изменений в медиасистеме. Мы не только видим продолжение изменений в настоящее время, но и уверены в их развитии завтра. В медиа глубоко укоренились такие «экзотические» двадцать лет назад явления и процессы, как индивидуальные новостные повестки пользователей в мессенджерах, объемные медиаресурсы цифровых экосистем, удовлетворяющие рекреационные запросы аудитории, производство и распространение значительного объема контента непрофессионалами, распад массовой аудитории на небольшие сообщества эхо-камер [Кин, 2015], пузырей фильтров и информационных пузырей атомизированных пользователей [Паризер, 2012]. Представляется, что это приводит к разрушению прежних медиаструктур и массовой аудитории, складыванию новых практик ее цифрового медиапотребления, что в перспективе одного-двух десятилетий может стать устоявшейся нормой в обществе в целом. Новая реальность медиа требует всестороннего изучения, поскольку вопрос о переходе количественных изменений в качественные уже ждет своего ответа.

Во-вторых, происходящие на наших глазах трансформации медиасистемы нуждаются в теоретическом осмыслении. Стоит ли рассматривать текущие процессы как новый виток в череде происходящих в функционировании медиа исторических трансформаций под воздействием социальных и технологических изменений? Можем ли мы предположить, что природа медиа в будущем не изменится? Или все же мы являемся свидетелями радикального преобразования медиа, их структуры и сущности, когда на базе старого возникает новое качество того, что мы все еще называем медиа? Возможно ли, что упомянутая выше логика медиаметаморфоза приведет к созданию новой сущности медиа?

В-третьих, очевидна недостаточность понятийного аппарата, теоретико-концептуального обоснования и междисциплинарного объяснения процессов в медиа. Развитие медиа стимулируется не только развитием технологий и общества, но и в свою очередь способствует развитию последнего. Для осмысления происходящего в медиасреде следует подумать не только о синхронизации теоретического аппарата в различных областях социогуманитарно-

го и технико-технологического знания, но и о расширении объектно-предметной и дисциплинарной области теории медиа.

E. L. Vartanova*

**The Russian media system under digitalization:
dynamics and current characteristics**

Abstract. This article provides an analytical review of Russian and international media studies devoted to transformations of Russia's media system under the influence of digitalization. The aim is to systematize scholarly views on the dynamics of the Russian media system in the context of the technological revolution, to link stages of global ICT transformations with the trajectory of national development, and to propose a periodization of changes from the 1980s to the present. The theoretical framework draws on interdisciplinary approaches to understanding media (information / network / digital society, mediatization, technological determinism, and platform studies), as well as the concept of the media system, which elucidates the relationship between media and political, economic, and institutional contexts. The author emphasizes the "dual nature" of media system dynamics—the interaction of technological and socio-political factors—manifested in changes in media economics, professional practices, regulatory frameworks, and media consumption.

A key result is the reconstruction of the stages of the "reassembly" of the Russian media system in the context of global digitalization (1985–1991; 1991–1999; 2000–2009; 2010–2015; 2015–2020; 2020s–present), as well as a comparison of the "architecture" of the media system in the 20th and 21st centuries. The paper shows that the transition from an analog to a digital environment is accompanied by the growth of multichannel media and digital inequality, audience fragmentation and the individualization of media consumption, the blurring of boundaries of professional journalism, the increasing role of platforms, and the emergence of new actors in content production and distribution (bloggers, SMM specialists, podcast creators, etc.).

The conclusion outlines key theoretical challenges: the acceleration and growing complexity of media dynamics; the need to rethink the question of preserving / changing the essence of media (the logic of mediamorphosis / mediametamorphosis); and the need to develop conceptual tools and interdisciplinary explanatory models for analyzing today's media environment.

Keywords: media; media studies; media system; digitalization; Russian society.

For citation: Vartanova E.L. The Russian media system under digitalization: dynamics and current characteristics. *Political science (RU)*. 2026, N 2, P. 21–42. DOI: <http://www.doi.org/10.31249/poln/2026.02.02>

* **Vartanova Elena**, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia), e-mail: evarta@mail.ru

References

- Anikina M., Krasheninnikova M., Vyrkovsky A. Structural characteristics of social media representations of diverse conflicts: prospects for modelling. *World of media. Journal of Russian media and journalism studies*. 2023, N 4, P. 5–26. DOI: <http://www.doi.org/10.30547/worldofmedia.4.2023.1>
- Babyna D.A. Factors and trends in the development of Russian online cinemas in the 2020s: between technologies and content. *Bulletin of Moscow university. Series 10. Journalism*. 2025, N 4, P. 169–191. DOI: <http://www.doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.169191> (In Russ.)
- Bakulev G.P. *Mass communication. Western theories and concepts*. Moscow: Aspekt press, 2010, 176 p. (In Russ.)
- Bodrunova S.S. Cross-cultural tonal analysis of user texts on Twitter. *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2018, N 6, P. 191–212. (In Russ.)
- Bodrunova S.S., Gladkova A.A. From media systems to digital journalisms: an introduction to the special issue. *Digital journalism*. 2023, Vol. 12, N 3, P. 282–293. DOI: <http://www.doi.org/10.1080/21670811.2023.2246051>
- Bruggemann M., Engesser S., Buchel E., Humprecht E., Castro L. Hallin and Mancini revisited: four empirical types of Western media systems. *Journal of communication*. 2014, Vol. 64, N 6, P. 1037–1065.
- Buzin V.N. *Social management of the Russian media space. System-activity approach*. Moscow: IuNITI-DANA, 2012, 271 p. (In Russ.)
- Castells M. *The information age: economy, society and culture*. Moscow: HSE publishing house, 2000, 608 p. (In Russ.)
- Chadwick A. *The hybrid media system: politics and power*. Oxford: Oxford university press, 2017, 272 p.
- Dobek-Ostrowska B. *Polish media system in a comparative perspective: Media in politics, politics in media*. Switzerland: Peter Lang, 2019, 288 p.
- Dobek-Ostrowska B., Glowacki M., Jakubowicz K., Sukosd M. (eds.) *Comparative media systems: European and global perspectives*. Budapest: Central European press, 2010, 304 p.
- Dugin E.Ya. *Media industry in the context of digital transformations*. Moscow: Kanon+, 2021, 416 p. (In Russ.)
- Dunas D., Vartanov S. Emerging digital media culture in Russia: modeling the media consumption of generation Z. *Journal of multicultural discourses*. 2020, Vol. 15, N 2, P. 186–203.
- Dunas D.V. Media and socialization: primary, secondary, or self-socialization? Experience of studying media consumption of digital youth in Russia. *Bulletin of Tomsk state university. Philology*. 2022, N 78, P. 200–224. DOI: <http://www.doi.org/10.17223/19986645/78/12> (In Russ.)
- Dunas D.V. (ed.). *Media consumption of “digital youth” in Russia*. Moscow: Faculty of journalism, Moscow state university, 2021, 406 p. (In Russ.)
- Fedler F. *Reporting for the media*. Oxford: Oxford university press, 2005, 679 p.
- Flew T., Waissbord S. The ongoing significance of national media systems in the context of media globalization. *Media, culture & society*. 2015, Vol. 37, N 4, P. 620–636.
- Fuchs C. *Foundations of social media criticism*. Moscow: HSE publishing house, 2025, 544 p. (In Russ.)

- Gladkova A.A., Garifullin V.Z., Ragnedda M. A three-level model of digital inequality: contemporary opportunities and limitations (on the example of a study of the Republic of Tatarstan). *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2019, N 4, P. 41–72. (In Russ.)
- Gorokhov V.M., Shilina M.G. Paradigms of media theory development in the 21st century: conceptual evolution or?... *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2009, N 3, P. 17–23. (In Russ.)
- Gureeva A.N. Conceptualization of the mediatization process in Russia and abroad. *Media Almanach*. 2018, N 5, P. 24–31. DOI: <http://www.doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2018.2431> (In Russ.)
- Hallin D., Mancini P. (eds.) *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge: Cambridge university press, 2012, 344 p.
- Hallin D., Mancini P. *Comparing media systems: three models of media and politics*. New York: Cambridge university press, 2004, 424 p.
- Hardy J. Comparing media systems. In: Esser F., Hanitzsch T. (eds.) *The handbook of comparative communication research*. London: Routledge, 2012, P. 185–206.
- Humprecht E., Esser F. Diversity in online news. *Journalism studies*. 2018, Vol. 19, N 12, P. 1825–1847. DOI: <http://www.doi.org/10.1080/1461670X.2017.1308229>
- Innis H.A. *Empire and communications and other works*. Yerevan: Fortis press, 2024, 376 p. (In Russ.)
- Kachkaeva A.G., Shomova S.A. (eds.) *Multimedia journalism: a textbook for universities*. Moscow: HSE publishing house, 2017, 413 p. (In Russ.)
- Keaney J. *Democracy and media decadence*. Moscow: HSE publishing house, 2015, 312 p. (In Russ.)
- Kiriia I.V., Novikova A.A. *History and theory of media*. Moscow: HSE publishing house, 2017, 423 p. (In Russ.)
- Kirillova N.B. *Media culture: from modern to postmodern*. Moscow: Akademicheskii proekt, 2006, 448 p. (In Russ.)
- Kirillova N.B. From media culture to mediaology. *Culturological journal*. 2011, N 4 (6), P. 1–16. (In Russ.)
- Kolesnichenko A.V., Vyrkovsky A.V., Galkina M.Yu., Obratsova A.Yu. Transformation of journalistic work under the influence of new technologies: information search, media text genres, editorial culture. *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2017, N 5, P. 51–71. (In Russ.)
- Kolomieis V.P. *Media sociology: theory and practice*. Moscow: NIPKTS Voskhod-A, 2014, 328 p. (In Russ.)
- Kolomieis V.P. *Mediatization of media*. Moscow: Moscow university press, 2020, 256 p. (In Russ.)
- Labush N.S., Puiu A.S. *Mediatization of extreme forms of political process: revolution, war, terrorism*. Saint Petersburg: Saint Petersburg university press, 2019, 340 p. (In Russ.)
- Labush N.S., Puiu A.S. *Mediatization of politics*. Saint Petersburg: Saint Petersburg university press, 2025, 394 p. (In Russ.)
- Latour B. *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Moscow: HSE publishing house, 2020, 384 p. (In Russ.)
- Lukina M.M. (ed.). *Internet media: theory and practice*. Moscow: Aspekt press, 2010, 348 p. (In Russ.)

- Masuda Y. *Managing in the information society: releasing synergy Japanese style*. Oxford: Blackwell, 1990, 168 p.
- McLuhan M. *Understanding media: the extensions of man*. Moscow: Kuchkovo pole, 2018, 464 p. (In Russ.)
- McLuhan M., Fiore Q. *Medium is the message: an inventory of effects*. New York: Random house, 1967, 160 p.
- McQuail D. *Journalism and society: a study guide*. Moscow: MediaMir; Faculty of journalism, Moscow state university, 2013, 368 p. (In Russ.)
- McQuail D. *McQuail's mass communication theory*. London: Sage, 2011, 624 p.
- Moskalenko N.M. Media consumption of students of Donbass: resources, formats, assessments. *Bulletin of Moscow university. Series 10. Journalism*. 2024, N 5, P. 79–99. DOI: <http://www.doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.7999> (In Russ.)
- Nazarov M.M. *Media: audience trends. A person in the modern Russian media environment*. Moscow: Lenand, 2023, 256 p. (In Russ.)
- Nefedova Yu. S. Study of social conflict in the digital media environment by methods of mathematical modeling. *Media Almanach*. 2023, N 6 (119), P. 44–51. DOI: <http://www.doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2023.4451> (In Russ.)
- Niket M. *Mediamorphosis: identity and participation*. New Delhi: Excel India publ., 2018, 5 p.
- Nordenstreng K., Thussu D.K. (eds.) *Mapping BRICS media*. London: Routledge, 2015, 268 p. DOI: <http://www.doi.org/10.4324/9781315726212>
- Novikova I.V. Contemporary entertainment television broadcasting in the context of public discussions. *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2009, N 4, P. 109–126. (In Russ.)
- Nwammuo A.N. Mediamorphosis: analyzing convergence of digital media forms alongside African media. *African research review*. 2011, Vol. 5, N 2, P. 115–125.
- Pariser E. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. Moscow: Alpina business books, 2012, 304 p. (In Russ.)
- Piketetty T. *Capital in the twenty-first century*. Moscow: Ad Marginem, 2016, 592 p. (In Russ.)
- Poluekhtova I.A. *Television and its audience in the Internet era*. Moscow: Moscow humanitarian university press, 2023, 304 p. (In Russ.)
- Polyakov M.L. Main approaches to the typology of digital media platforms. *Bulletin of the peoples' friendship university of Russia. Series: Literary studies. Journalism*. 2022, Vol. 27, N 2, P. 399–413. (In Russ.)
- Prokhorov E.P. *Introduction to the theory of journalism: a textbook for university students*. Moscow: Aspekt press, 2011, 368 p. (In Russ.)
- Ragnedda M., Ruiu M.L. *Digital capital: a Bourdieusian perspective on the digital divide*. Leeds: Emerald publishing ltd., 2020, 208 p.
- Samartsev O.R. *Digital reality: journalism of the information age: factors of transformation, problems and prospects*. Moscow: Izdatel'skie resheniia, 2017, 120 p. (In Russ.)
- Savchuk V.V. *Media philosophy. The onslaught of reality*. Saint Petersburg: RHGA publishing house, 2014, 350 p. (In Russ.)
- Savchuk V.V. On the subject of media philosophy. *International journal of cultural research*. 2011, Vol. 3, N 4, P. 6–10. (In Russ.)

- Shchepilova G.G. *Advertising in mass media: history, technologies, classification*. Moscow: Moscow university press, 2010, 464 p. (In Russ.)
- Smirnova O.V. (ed.). *Work of a journalist in digital periodicals: Textbook for university students*. Moscow: Logos press, 2025, 258 p. (In Russ.)
- Soldatova G.U., Rasskazova E.I., Nestik T.A. *Digital generation of Russia: competence and security*. Moscow: Smysl, 2017, 375 p. (In Russ.)
- Srnicek N. *Platform capitalism*. Moscow: HSE university press, 2020, 128 p. (In Russ.)
- Thussu D.K., Nordenstreng K. (eds.) *BRICS media: reshaping the global communication order?* London: Routledge, 2020, 328 p. DOI: <http://www.doi.org/10.4324/9780429468759>
- Tyshetskaia A. Yu. Digital platforms and modern media communications: current research approaches. *Mediascope*. 2023, Issue 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2839> (In Russ.)
- Tyshetskaia A.Yu. Dynamics of Yandex development as a digital ecosystem. *Mediascope*. 2025, Issue 1. URL: <https://www.mediascope.ru/2904> (In Russ.)
- Varoufakis Y. *Technofeudalism*. Moscow: Ad Marginem, 2025, 342 p. (In Russ.)
- Vartanov S.A. Mediacommunication industry in the processes of generating behavioral and social innovations. *Bulletin of the academy of media industry*. 2024, N 37, P. 21–42. (In Russ.)
- Vartanov S.A. Mediacommunication industry: towards a theoretical justification of the category. *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2023, N 6 (48), P. 3–36. DOI: <http://www.doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2023.336> (In Russ.)
- Vartanova E.L. (ed.). *Industry of Russian media: digital future*. Moscow: MediaMir, 2017, 187 p. (In Russ.)
- Vartanova E.L. (ed.). *National media theory. Basic concepts: glossary*. Moscow: Moscow university press, 2025, 175 p. (In Russ.)
- Vartanova E.L. *Post-soviet transformations of mass media and journalism*. Moscow: MediaMir, 2014, 256 p. (In Russ.)
- Vartanova E.L., Gladkova A.A. Digital capital in the context of the concept of intangible capitals. *Mediascope*. 2020, Issue 1. DOI: <http://www.doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.8> (In Russ.)
- Vasiliev N.A. *Social networks in modern Russia: state, trends, development prospects*. Moscow: Veche, 2025, 240 p. (In Russ.)
- Voltmer K. *The media in transitional democracies*. Cambridge: Polity press, 2013, 275 p.
- Vyrkovsky A.V., Makeenko M.I. Opportunities for the influence of non-institutionalized producers of entertainment and educational content on the audience. *Bulletin of Moscow university. Series 10: Journalism*. 2021, N 5, P. 74–99. (In Russ.)
- Webster F. *Theories of the information society*. Moscow: Aspekt press, 2004, 400 p. (In Russ.)
- Williams R. *Television technology and cultural form*. New York: Schocken books, 1975, 176 p.
- Zassoursky Y. (ed.). *The system of mass media in*. Moscow: Aspect press, 2003, 259 p.
- Zemlianova L.M. *Communication studies and media: English-Russian explanatory dictionary of concepts and terms*. Moscow: Moscow university press, 2004, 320 p. (In Russ.)
- Zemlianova L.M. *Journalism and communication studies*. Moscow: MediaMir, 2012, 248 p. (In Russ.)

- Zhilavskaya I.V. Media behavior of the individual. Gaining meaning. *Mediascope*. 2011, Issue 2. Mode of access: <http://www.mediascope.ru/node/786> (accessed: 12.03.2026) (In Russ.)
- Zuboff Sh. *Surveillance capitalism or democracy?* Moscow: Gaidar institute press, 2025, 360 p. (In Russ.)

Литература на русском языке

- Бабына Д.А.* Факторы и тенденции развития российских онлайн-кинотеатров в 2020-х гг.: между технологиями и контентом // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2025. – № 4. – С. 169–191. – DOI: <http://www.doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.169191>
- Бакулев Г.П.* Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 176 с.
- Бодрунова С.С.* Кросс-культурный тональный анализ пользовательских текстов в Твиттере // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2018. – № 6. – С. 191–212.
- Бузин В.Н.* Социальное управление российским медиапространством. Системно-деятельностный подход. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271 с.
- Вартанов С.А.* Медиакоммуникационная индустрия в процессах генерации поведенческих и социальных инноваций // Вестник Академии медиаиндустрии – 2024. – № 37. – С. 21–42.
- Вартанов С.А.* Медиакоммуникационная индустрия: к теоретическому обоснованию категории // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2023. – № 6 (48). – С. 3–36. – DOI: <http://www.doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2023.336>
- Вартанова Е.Л.* Постсоветские трансформации СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2014. – 256 с.
- Вартанова Е.Л., Гладкова А.А.* Цифровой капитал в контексте концепции нематериальных капиталов // Медиаскоп. – 2020. – Вып. 1. – DOI: <http://www.doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.8>
- Варуфакис Я.* Технофеодализм. – М.: Ad Marginem, 2025. – 342 с.
- Васильев Н.А.* Социальные сети в современной России: состояние, тенденции, перспективы развития. – М.: Вече, 2025. – 240 с.
- Вырковский А.В., Макеенко М.И.* Возможности влияния неинституционализированных производителей развлекательного и познавательного контента на аудиторию // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2021. – № 5. – С. 74–99.
- Гладкова А.А., Гарифуллин В.З., Рагнеда М.* Модель трёх уровней цифрового неравенства: современные возможности и ограничения (на примере исследования Республики Татарстан) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2019. – № 4. – С. 41–72.
- Горохов В.М., Шилина М.Г.* Парадигмы развития теории медиа в XXI веке: концептуальная эволюция или?.. // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 3. – С. 17–23.

- Гуреева А.Н. Концептуализация процесса медиатизации в России и за рубежом // Медиа@льманах. – 2018. – № 5. – С. 24–31. – DOI: <http://www.doi.org/10.30547/medialmanah.5.2018.2431>
- Дугин Е.Я. Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций. – М.: Канон+, 2021. – 416 с.
- Дунас Д.В. Медиа и социализация: первичная, вторичная или самосоциализация?: Опыт изучения медиапотребления «цифровой молодежи» России // Вестник Томского государственного университета. – Филология. – 2022. – № 78. – С. 200–224. – DOI: <http://www.doi.org/10.17223/19986645/78/12>
- Жилавская И.В. Медиаповедение личности. Обретение смысла // Медиаскоп. – 2011. – Вып. 2. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/786>
- Землянова Л.М. Журналистика и коммуникативистика. – М.: МедиаМир, 2012. – 248 с.
- Землянова Л.М. Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Издательство Московского университета, 2004. – 320 с.
- Зубофф Ш. Надзорный капитализм или демократия? – М.: Издательство Института Гайдара, 2025. – 360 с.
- Индустрия российских медиа: цифровое будущее / под ред. Е.Л. Варгановой. – М.: МедиаМир, 2017. – 187 с.
- Иннис Г. Империя и коммуникации и другие работы. – Ереван: Fortis Press, 2024. – 376 с.
- Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
- Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
- Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2015. – 312 с.
- Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: Академический проект, 2006. – 448 с.
- Кириллова Н.Б. От медиакультуры к медиалогии // Культурологический журнал. – 2011. – № 4 (6). – С. 1–16.
- Кирия И.В., Новикова А.А. История и теория медиа. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2017. – 423 с.
- Трансформация журналистской работы под влиянием новых технологий: поиск информации, жанры медиатекстов, редакционная культура / А.В. Колесниченко, А.В. Вырковский, М.Ю. Галкина, А.Ю. Образцова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2017. – № 5. – С. 51–71.
- Коломиец В.П. Медиасоциология: теория и практика. – М.: НИПКЦ Восход-А, 2014. – 328 с.
- Коломиец В.П. Медиатизация медиа. – М.: Издательство Московского университета, 2020. – 256 с.
- Лабуш Н.С., Пую А.С. Медиатизация политики. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2025. – 394 с.
- Лабуш Н.С., Пую А.С. Медиатизация экстремальных форм политического процесса: революция, война, терроризм. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2019. – 340 с.

- Латур Б.* Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 384 с.
- Маккуэйл Д.* Журналистика и общество: учебное пособие. – М.: МедиаМир; Факультет журналистики МГУ, 2013. – 368 с.
- Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Кучково поле, 2018. – 464 с.
- Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / под ред. *Д.В. Дунаса*. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2021. – 406 с.
- Москаленко Н.М.* Медиапотребление студентов Донбасса: ресурсы, форматы, оценки // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2024. – № 5. – С. 79–99. – DOI: <http://www.doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.7999>
- Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
- Назаров М.М.* Медиа: аудиторные тренды. Человек в современной российской медиасреде. – М.: Ленанд, 2023. – 256 с.
- Нефёдова Ю.С.* Исследование социального конфликта в цифровой медиасреде методами математического моделирования // Медиа@льманах. – 2023. – № 6 (119). – С. 44–51. – DOI: <http://www.doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2023.4451>
- Новикова И.В.* Современное развлекательное телевидение в контексте общественных дискуссий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2009. – № 4. – С. 109–126.
- Отечественная теория медиа. Основные понятия: словарь / под ред. *Е.Л. Варпановой*. – М.: Издательство Московского университета, 2025. – 175 с.
- Паризер Э.* За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? – М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. – 304 с.
- Пикетти Т.* Капитал в XXI веке. – М.: Ад Маргинем, 2016. – 592 с.
- Полуэктова И.А.* Телевидение и его аудитория в эпоху Интернета. – М.: Издательство Московского гуманитарного университета, 2023. – 304 с.
- Поляков М.Л.* Основные подходы к типологии цифровых медиаплатформ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2022. – Т. 27, № 2. – С. 399–413.
- Прохоров Е.П.* Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 368 с.
- Работа журналиста в цифровой периодике: учебник для студентов вузов / под ред. О.В. Смирновой. – М.: Логос Пресс, 2025. – 258 с.
- Савчук В.В.* Медиафилософия. Приступ реальности. – СПб.: Издательство РХГА, 2014. – 350 с.
- Савчук В.В.* О предмете медиафилософии // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – Т. 3, № 4. – С. 6–10.
- Самарцев О.Р.* Цифровая реальность: журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. – М.: Издательские решения, 2017. – 120 с.
- Система средств массовой информации России / под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 259 с.
- Солдатова Г.У., Рассказова Е.И., Нестик Т.А.* Цифровое поколение России: компетентность и безопасность. – М.: Смысл, 2017. – 375 с.

- Срничек Н.* Капитализм платформ / пер. с англ. под науч. ред. М. Добряковой. – М.: ГУ ВШЭ, 2020. – 128 с.
- Тышцецкая А.Ю.* Динамика развития «Яндекса» как цифровой экосистемы // Медиаскоп. – 2025. – Вып. 1. – Режим доступа: <https://www.mediascope.ru/2904>
- Тышцецкая А.Ю.* Цифровые платформы и современные медиакоммуникации: актуальные исследовательские подходы // Медиаскоп. – 2023. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2839>. – DOI: <http://www.doi.org/10.30547/mediascope.4.2023.1>
- Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
- Фукс К.* Основы критики социальных медиа. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2025. – 544 с.
- Щепилова Г.Г.* Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М.: Издательство Московского университета, 2010. – 464 с.