Гуреева Анна Николаевна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра теории и экономики СМИ, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: gureevaan@gmail.com

Anna N. Gureeva

PhD in Philology, Associate Professor

Department of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya Str., Moscow, 125009, Russian Federation, e-mail: gureevaan@gmail.com

РОЛЬ МЕДИААКТИВНОСТИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ПРОЦЕССЕ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ

Аннотация. Медиатизация политики имеет разнообразное теоретико-концептуальное обоснование, рассматривается исследователями как в виде однонаправленной, так и в формате двухсторонней коммуникации государства и общества. Зарубежные медиаисследователи все чаще видят в медиатизации политики путь к открытому правительству и демократизации государства, подчеркивая при этом необходимость развития гражданской активности в медиапространстве. В отечественных исследованиях медиатизации политики все еще преобладает концептуальное понимание медиа лишь как посредника в рамках воздействия на участников политического поля со стороны государства, но не со стороны общества.

В данной статье предпринята попытка рассмотрения медиатизации политики как следствия медиаактивизма российской молодежи. Современная молодежь все активнее проявляет свою заинтересованность в участии в политических процессах. Их особенно интересуют вопросы формирования гражданского общества, прав и свобод человека, вопросы справедливости в рамках общеевропейских ценностей. Медиаактивизм российской молодежи и их влияние на развитие медиатизированной политики особенно ярко проявился в 2019 г., что можно проследить на примере трех кейсов: дело Голунова, дело Голос-Дети и дело о строительстве храма в Екатеринбурге.

Компаративный анализ публикационной активности по данным информационным поводам в официальных СМИ и в пространстве одной социальной сети Instagram позволяет сделать выводы о возрастающей роли медиаактивности российской молодежи в процессе медиатизации политики.

Ключевые слова. Медиатизация, медиаактивизм, медиатизация политики, российская молодежь, социальные сети, инстаграм.

Финансирование. Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект №18-78-10090).

Информация о статье. Дата поступления 31 января 2020 г.; дата принятия к печати 30 апреля 2020 г.; дата онлайн-размещения 27 мая 2020 г.

THE ROLE OF RUSSIAN YOUTH'S MEDIA ACTIVISM IN MEDIATIZATION OF POLITICS

Abstract. Mediatization of politics has a variety of theoretical and conceptual grounds, and is considered by researchers as both one-way and two-way communication between the state and the society. Foreign media researchers view mediatization of politics as a path to an open government and democratization of the state, and emphasize the need to develop civic engagement in the media environment. In national studies, mediatization of politics is still dominated by perception of media as mediator commissioned by the government to influence participants of the political dialogue.

The article makes an attempt to consider the mediatization of politics as a consequence of Russian youth's media activism. Today's young people are increasingly showing their interest in participating in political processes. They are particularly interested in the formation of civil society, human rights and freedoms, and justice within the framework of common European values. Media activism of Russian youth and their influence on the development of media policy was particularly pronounced in 2019, which can be seen in three cases: the Golunov case, the Voice-Children case, and the case of the construction of the Church in Yekaterinburg.

The authors make a comparative analysis of publication activity based on these information events in the official media and in Instagram, which enables them to infer that the role of media activity of Russian youth in the process of mediatization of politics is increasing.

Keywords. Mediatization, media activism, mediatization of politics, Russian youth, social networks, Instagram.

Funding. The research is financed by the grant from the Russian Science Foundation (Project № 18-78-10090).

Article info. Received January 31, 2020; accepted April 30, 2020; available online May 27, 2020.

Концептуально-теоретическое обоснование медиатизированной политики

Теория медиатизации представляет собой теоретическую парадигму для всех наук, изучающих общество и принципиально меняет основы самой коммуникации. Трансформация и развитие медийных технологий приводит к созданию новых форм и способов коммуникации политики и общества. Проникновение медиадискурса в политическое информационно-коммуникационное пространство носит все более ин-

тенсивный характер, расширяясь в том числе за счет вовлечения в него социальных медиа. Медиатизация политики приводит к созданию нового уровня взаимодействия политики и общества, который отличается более активным выражением общественного мнения и формированием информационной повестки дня, отличной от той, которую формируют политические коммуникации в рамках официальных СМИ.

Для медиатизированной политики характерны две модели коммуникации: односторонняя (установле-

ние повестки дня, моделирование общественного мнения и пр.) и двусторонняя (участие общества в коммуникации, принципы равенства) [1]. Зарубежные исследователи преимущественно рассматривают медиатизацию политики как путь к открытому правительству [2] и зачастую как результат гражданской активности молодежи в медиапространстве [3]. Тем самым мы можем наблюдать за трансформацией самой сути медиатизированной политики, когда коммуникация уже не может характеризоваться лишь как односторонний процесс «от государства к обществу», демонстрируя все чаще тоже однонаправленный характер коммуникации, но уже «от общества к государству».

Для теоретического понимания процесса медиатизации политики в первую очередь важны работы по медиатизации общественных процессов в целом, а также работы, изучающие поведение современной молодежи в медиапространстве, их потребности, их ожидания и готовность участвовать в политической повестке дня: это труды как зарубежных исследователей, таких как А. Хэпп [4; 5], Н. Коулдри [5], Д. Томпсон [6], Ф. Шульц [7], С. Хьярвард [8], Ф. Кротц [9], И. Ариф [10], К. Коер, Т. Даумунт, А. Фонтейн [11], А. Росс [3], Д. Рашкофф [12], Б. Новэк [2]; а также работы российских авторов Е. Вартанова [13], О. Киреев [14], Е. Ним [15], Н. Лабуш, А. Пую [1], Е. Грибовод [16], Е. Омельченко [17; 18], О. Русакова [19], А. Черных [20].

И если медиаисследователи понимают медиатизацию как двухсторонний процесс взаимного влияния медиа и общества при усилении роли и значения медийной составляю-

щей, то маркетологи и стилисты русского языка делают акцент на значение публичности, которая присуща процессу медиатизации. Как отмечают специалисты по стилистике русского языка, «медиатизация — это придание публичности различным сторонам социальной деятельности и вовлечение их в сферу общественных дискуссий, что может повлечь за собой широкий резонанс и, в конечном итоге, важнейшие изменения в общественной жизни и в общественном сознании. <...> Медиатизация обладает и стилистической значимостью. Зоны пересечения медиадискурса с другими институциональными дискурсами создают уникальную стилистическую ситуацию: в пространстве медиадискурса сосуществуют контексты из различных сфер деятельности. Но все эти контексты не просто сосуществуют как фрагменты внешнего мира — в едином пространстве медиадискурса фрагментарность внешней жизни преобразуется в целостный медиамир, в котором различные контексты призваны усиливать его достоверность, его реальность» [21].

Таким образом, суть медиатизации политики заключается в перемещении реальной политической ситуации в символическое медиaproстранство. Медийные технологии становятся инструментом формирования новой политической реальности, а политическая сфера все больше перемещается в медийное пространство, демонстрируя стадию глубокой медиатизации политики. Как отмечает А. Хэпп, глубокая медиатизация появляется в рамках четвертой волны трансформации процесса медиатизации в зависимости от уровня развития технологических

средств связи и коммуникации [4]. Медиатизация изменяет пространственно-временные рамки коммуникации с «здесь и сейчас» (традиционная коммуникация «лицом-к-лицу») на «там и сейчас», когда опосредованное общение становится базовым способом коммуникации [5].

Подчеркивая роль социальных сетей в медиатизированном пространстве, исследователи говорят о том, что «анализ концепта медиатизации политики производится посредством рассмотрения понятий «умная толпа», «softpower», «сетевые технологии», «социальные сети». Социальные сети являются частью медиапространства, в которой формируются и эффективно работают ненасильственные, «мягкие» механизмы воздействия на политические настроения масс, осуществляется процесс программирования систем ценностных ориентаций широких слоев населения [19, с. 65–77].

Глубокая медиатизация в общественной сферезатрагивает все сегменты как на микро-, так и на макроуровне. Механизмы функционирования медиа, в том числе алгоритмы работы социальных сетей проникают во все социальные процессы. Понять особенности и динамику данных процессов можно только лишь признав за процессом медиатизации статус новой теоретической парадигмы, существующей на стыке целого ряда наук (социология, политология, филология, философия и пр.).

Молодежный активизм как феномен современности

Сегодня становится особенно актуальным вопрос изучения особенностей формирования групповых

молодежных идентичностей, сопоставление их с медиапотреблением и направленностью молодежных практик в контексте взаимоотношений политики и общества.

Долю молодого поколения россиян, под которой понимается население в возрасте от 14 до 28–30 лет, определяют как пятую или шестую часть всего населения России. Если же к этой категории отнести подростков, то доля этой группы будет составлять уже четверть населения. Интерес к молодежному активизму, который понимается как социально-политическая форма молодежной активности [18, с. 60], представляет интерес как для исследователей медиа, так и для политических деятелей.

Политик и историк Сергей Медведев на примере молодой активистки из Швеции Греты Тумберг подчеркивает, что сегодня наблюдается «политический конфликт поколений и растущая потребность молодых людей в политическом представительстве — особенно в вопросах, которые будут затрагивать их сильнее, чем тех, которые родились в прошлом веке. Потому что конфликт поколений существует не только в области технологий, социологии и антропологии, но и в отношении системы ценностей: молодые люди все чаще представляют постматериальные ценности, одним из которых является охрана окружающей среды. В России конфликт поколений не так очевиден, как на Западе, но молодые люди все яснее чувствуют, что они исключены из политики [22].

И если традиционная модель политического взаимодействия носила

преимущественно монологический и вертикальный характер, при котором, будучи однажды избранными, представители власти общались с народом языком законов, указов и других политических актов, идущих по направлению сверху-вниз, то современные возможности интернет-коммуникации трансформируют эту модель, способствуя развитию горизонтальных взаимосвязей, обеспечивая открытость и доступность политической информации, оперативную обратную связь между властью и гражданами. Генерация и обмен контентом, вовлечение в интернет-дискурс и обсуждение вопросов политической жизни в интерактивном режиме в социальных сетях и других коммуникативных площадках Интернета представляют собой новые модели медиаактивности в политической сфере. Все это в итоге приводит к более глубокой медиатизации политики.

Медиаактивность можно описать как активную деятельность пользователей Интернета по созданию и распространению контента на различных коммуникативных площадках с целью самоорганизации для решения определенных социально-значимых вопросов. Медиаактивность молодежи в политических коммуникациях сегодня становится серьезным инструментом для привлечения внимания к острым социально-значимым вопросам. В качестве преимуществ медиаактивности как формы организации политической коммуникации для аудитории можно назвать широкий охват и активное вовлечение в политическую повестку дня молодежи, традиционно безразличной к политическим вопросам.

Медиатизация общественных процессов в современной России

Вопросы, которые поднимает молодежь в медиа, это лишь первый очевидный результат медиаактивизма, но главным итогом данного явления становится изменение политической ситуации и принятие новых политических решений. Главной задачей исследования стало проведение компаративного анализа медиаактивности российской молодежи в социальных сетях и мониторинга официального медиапространства на примере трех кейсов из общественной сферы: кейс «Голос. Дети», кейс «О строительстве храма в Екатеринбурге» и кейс «Дело Голунова». Также были проанализированы представленные в медиа реакции официальных представителей власти на каждое из этих событий.

Медиаактивизм российской молодежи был рассмотрен через призму соотношения публикационной активности в социальных сетях, а также при помощи компаративного анализа публикаций в официальных медиа с использованием системы автоматизированного мониторинга¹ на примере трех кейсов, которые произвели общественный резонанс в 2019 г. Это кейс «Голос. Дети» (апрель 2019), кейс о храме в Екатеринбурге (май 2019), кейс Голунова (июнь 2019).

Стартовой точкой кейса «Голос. Дети» можно назвать 26 апреля

¹ По ключевому слову соответствующего кейса был проведен мониторинг с помощью системы «Медialogия», включающей более 85 тысяч источников, включая СМИ, официальные сайты государственных структур и др.

2019 г., когда в финале одноименного телевизионного конкурса одержала победу дочь известной певицы Алсу и бизнесмена Яна Абрамова М. Абрамова. На следующий день была назначена перепроверка результатов зрительского голосования, так как были замечены признаки «аномального голосования» в пользу Микеллы Абрамовой. Мониторинг публикаций в средствах массовой информации (мониторинг проводился с помощью системы «Медиалогия» по ключевому слову «Голос Дети») показал, что 27 апреля 2019 г. количество упоминаний телепередачи значительно возросло: от 73 до 1 361. В течение дальнейших двух недель число упоминаний снижалось и возросло до 1029 в день 16 мая 2019 г., когда компанией Group-IB, проводящей расследование зрительского голосования, была зафиксирована массовая автоматизированная отправка смс-сообщений (количество упоминаний телепередачи в СМИ 16 мая 2019 г. — 1029). Реакция официальных властей выразилась в ответе Министра культуры РФ Владимира Мединского, который заявил, что следит за ситуацией только как зритель.

Кейс о строительстве храма в Екатеринбурге относится к общественной сфере религии, но в то же время демонстрирует черты гражданского общества, в котором важную роль играет мнение населения. Если кратко описать события тех дней, то 13 мая 2019 г. жители Екатеринбурга вышли на «мирный протест» против строительства храма святой Екатерины в городском сквере. Мониторинг публикаций в официальных средствах массовой

информации показал, что наибольшее число упоминаний ситуации (поиск был произведен по ключевому слову «Храм в Екатеринбурге») было зафиксировано 16 мая 2019 г., в день, когда президент РФ Владимир Путин предложил провести опрос по поводу необходимости строительства храма (общее число упоминаний — 3 864). Кроме того, в социальных сетях была запущена флешмоб: сторонники возведения храма публиковали фотографии с хештегом #ХрамСердцегорода (более 500 публикаций в Instagram). Учитывая основную аудиторию социальной сети Инстаграм, можно утверждать, что появление хештега в ответ на спорную для общества ситуацию демонстрирует первые признаки медиаактивности молодежи. Официальные ответы государственных структур были более многочисленными: помимо президента РФ высказывались многие политические деятели. Как отметил Дмитрий Песков, «это и есть выбор горожан, которого они сами хотели»².

Третий кейс, наиболее интересный с точки зрения медиатизации политики и роли участия в этом процессе молодежи, это кейс «дело Ивана Голунова». Журналист Иван Голунов был задержан 6 июня 2019 г. в центре Москвы по подозрению на сбыт наркотических веществ. На следующий день было возбуждено уголовное дело, а 8 июня 2019 г. И. Голунову был назначен домашний арест до 7 августа. Пик упоминаний журна-

² В Кремле отреагировали на опрос жителей Екатеринбурга из-за стройки храма // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5da457799a794749fdf2e5bc>.

листа в официальных средствах массовой информации (ключевое слово — «Иван Голунов») был зафиксирован 11 июня 2019 г. (количество упоминаний — 5 520), когда уголовное дело И. Голунова было прекращено в связи с недоказанностью его участия в совершении преступления. В социальных сетях были запущены хэштеги #ямыиванголунов, #свободуиванголунову, #иванголунов, общее количество публикаций по которым в социальной сети Инстаграмсоставило 8 420. Сравнительный анализ публикационной активности в официальных СМИ (5 520 упоминаний) и в социальной сети Инстаграм (8 420 упоминаний) демонстрирует еще больший по сравнению с предыдущими кейсами разрыв в пользу активности молодежи. Официальные заявления политиков в данном примере не только показывают заинтересованность обеих сторон в диалоге, но и является ярким примером, когда медиаактивизм способствует медиатизации политики, влияя не только на привлечение внимания к общественно-значимым процессам и явлениям со стороны государства, но и способствуя принятию конкретных политических решений. В данном случае, это было отстранение от занимаемых должностей ряда сотрудников МВД РФ.

В результате анализа данных, полученных в ходе данного исследования медиакоммуникационных практик органов государственной власти России и медиаактивизма российской молодежи, можно сделать вывод о том, что политика в настоящее время все активнее перемещается в интернет-пространство,

при этом медиатизация политики характеризуется не коммуникацией «от власти обществу» в целях повышения открытости политических процессов, а «от общества власти», а в первую очередь от молодежи как наиболее активных пользователей новых медиа и как новых значимых акторов медиатизированного общества и нового политически активного поколения.

Выводы

Сопоставление медиаотклика официальных СМИ и новых медиа, основной аудиторией которых является молодежь, позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, российскую молодежь сегодня уже нельзя назвать аполитичной, она становится одним из основных драйверов развития медиаактивизма во всех сферах общественного развития. Во-вторых, мы можем наблюдать, что медиатизация как глобальный метапроцесс изменяет коммуникационные механизмы в рамках государство-общество и меняет основы их взаимодействия. Глубокая медиатизация социальной практики приводит к необходимости пересмотра основ взаимодействия всех общественных институтов и методов коммуникации.

Политическая коммуникация представляет собой совокупность процессов информационного обмена, передачи политической информации, структурирующих политическую деятельность и придающих ей новое значение [23]. Медиаактивность в политических коммуникациях сегодня становится серьезным инструментом для привлечения внимания к острым социально-значимым вопросам.

Учитывая выделение двух традиционных элементов политической коммуникации — механики (формы) и соционики (содержания) [24, с. 323], мы можем утверждать, что сегодня наблюдается процесс глобальной трансформации политической коммуникации вследствие медиатизации всех общественных сфер; меняется как форма, так и содержание. Основная задача медиатизации

политики и роли молодежи в данном процессе как раз и представляется в том, чтобы способствовать преобразованию политической коммуникации из односторонней в двухстороннюю, когда «весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе оказывает самое разное влияние на политику, формирует общественное мнение и политическую социализацию граждан» [25, р. 442].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лабуш Н.С. Медиатизация экстремальных форм политического процесса: война, революция, терроризм / Н.С. Лабуш, А.С. Пую. — Санкт-Петербург :Изд-во С.-Петербурга. гос. ун-та, 2019. — 340 с.
2. Noveck B. Demand a more open-source government / B. Noveck //TED. — 2012. — 28 June. — URL: https://www.ted.com/talks/beth_noveck_demand_a_more_open_source_government.
3. Ross A. Young Europeans: A New Political Generation? / A. Ross // Societies. — 2018. — Vol. 8, iss. 3. — URL: <https://www.mdpi.com/2075-4698/8/3/70/htm>.
4. 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, iss. 6. — P. 615–629.
5. Couldry N. The Mediated Construction of Reality / N. Couldry, A. Hepp, — Cambridge : Polity Press, 2016.
6. Thompson J.B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media / J.B. Thompson. — Stanford: Stanford University Press, 1995. — 314 p.
7. Schulz W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept / W. Schulz // European Journal of Communication. — 2004. — Vol. 19, no. 1. — P. 87–101.
8. Hjarvard S. The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change / S. Hjarvard // Nordicom Review. —2008. — Vol. 29, no. 2. — P. 105–134.
9. Krotz F. Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change / F. Krotz // Mediatization: Concept, Changes, Consequences / ed.K. Lundby. — New York: Peter Lang. 2009. — P. 21–40.
10. Arif E.M. Consumption among young activists / E.M. Arif. — DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.04> // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. — 2019. — N. 1. — P. 66–83.
11. Coyer K. The Alternative Media Handbook / K. Coyer, T. Dowmunt, A. Fountain. — New York :Routledge, 2007. — 368 p.
12. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. — Екатеринбург : Ультра. Культура, 2003. — 368 с.
13. Вартанова Е.Л. Новые медиа как культурное пространство современного общества / Е.Л. Вартанова // МедиаАльманах. — 2015. — № 4. — С. 8–10.
14. Киреев О. Поваренная книга медиа-активиста / Олег Киреев. — Екатеринбург: Ультра.Культура, 2006. — 296 с.
15. Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров / Е.Г.Ним // Социологический журнал. —2017. — Т. 23, № 3. — С. 8–25.
16. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Е.Г. Грибовод. — Екатеринбург, 2017. — 189 с.

17. Омельченко Е.Л. Молодежь: кому принадлежит будущее / Е.Л. Омельченко // Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ : учеб. пособие / ред. В.А. Ядов. — Москва, 2005. — С. 421–472.
18. Омельченко Е.Л. Молодежный активизм в России и глобальные трансформации его смысла / Е.Л. Омельченко // Журнал исследований социальной политики. — 2005. — Т. 1, №1. — С. 59–86.
19. Русакова О.Ф. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики/ О.Ф. Русакова, Е.Г. Грибовод// Научный Ежегодник института философии и права уральского отделения Российской Академии Наук. — 2014. — Т. 14, № 4. — С. 65–77.
20. Черных А.И. Власть демократии —власть медиа? / А.И. Черных. — Москва : Изд-во ГУ ВШЭ, 2007. — 64 с.
21. Клушина Н.И. Медиатизация: стилистический вектор / Н.И. Клушина, Д.О. Байгожина, С.Ш. Тахан// Верхневолжский филологический вестник. — 2019. — № 2. — С. 57–62.
22. Medwedew S. Wer hat Angst vor Greta Thunberg? — Russlandoffenbarmehr, als es zugibt / S.Medwedew // Neue Zürcher Zeitung. — URL: <https://www.nzz.ch/meinung/wer-hat-angst-vor-greta-thunberg-russland-offenbar-sehr-ld.1517524>.
23. Грачев М.Н. Политическая коммуникация / М.Н. Грачев // Вестник РУДН. Серия: Политология. — 1999. — № 1. — С. 24–39.
24. Киселев А.Г. Тренды политической коммуникации в контексте социальной модернизации / А.Г. Киселев, П.Н. Киричек // Вестник РУДН. Серия: Социология. — 2019. — Т. 19, № 2. — С. 322–336.
25. Pye L.W. Political Communication / L.W. Pye// The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions / ed. V. Bogdanor. — New York, 1987. — P. 442.

REFERENCES

1. Labush N.S., Puyu A.S. Mediatizatsiya ekstremal'nykh form politicheskogo protsessa: voyna, revolyutsiya, terrorizm [Mediatization of Extreme Forms of the Political Process: War, Revolution and Terrorism]. Saint Petersburg State University Publ., 2019. 340 p.
2. Noveck B. Demand a More Open-Source Government. *TED*, 2012, 28 June. Available at: https://www.ted.com/talks/beth_noveck_demand_a_more_open_source_government.
3. Ross A. Young Europeans: A New Political Generation? *Societies*, 2018, vol. 8, iss. 3. Available at: <https://www.mdpi.com/2075-4698/8/3/70/htm>.
4. Hepp A. The Communicative Figurations of Mediatized Worlds: Mediatization Research in Times of the 'Mediation of Everything'. *European Journal of Communication*, 2013, vol. 28, iss. 6, pp. 615–629.
5. Couldry N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge, Polity Press, 2016.
6. Thompson J.B. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford University Press, 1995. 314 p.
7. Schulz W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 2004, vol. 19, no. 1, pp. 87–101.
8. Hjarvard S. The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 2008, vol. 29, no. 2, pp. 105–134.
9. Krotz, F. Mediatization: a Concept with Which to Grasp Media and Societal Change. In Lundby K. (ed.). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York, Peter Lang. 2009, pp. 21–40.
10. Arif E.M. Consumption Among Young Activists. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2019, no. 1, pp. 66–83. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.04>.
11. Coyer K., DOWMUNT T., Fountain A. *The Alternative Media Handbook*. New York, Routledge, 2007. 368 p.
12. Rushkoff D. *Mediavir! Hidden Agendas in Popular Culture*. New York, 1996. 333 p. (Russ. ed.: Rushkoff D. *Kak pop-kul'turatainovozdeistvuetnavashesoznanie*. Ekaterinburg, Ultra.Kul'tura Publ., 2003. 368 p.).

13. Vartanova E.L. New Media as a Cultural Environment of Modern Society. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2015, no. 4, pp. 8–10. (In Russian).
14. Kireyev O. *Povarennayakniga media-aktivista* [Cookbook of media activists]. Ekaterinburg, Ultra.Kul'tura Publ., 2006. 296 p.
15. Nim E.G. Exploring Mediatization of Society: The Concept of Mediatized Worlds. *Sotsiologicheskii zhurnal = Sociological Journals*, 2017, vol. 23, no. 3, pp. 8–25. (In Russian).
16. Gribov E.G. *Mediatizatsiyapolitikakainstitutsional'no-kommunikativnyiprotsessiinformatsionno-strategicheskiiresurs. Kand. Diss.* [Mediatization of Politics as an Institutional Communication Process and a Strategic Information Resource. Cand. Diss.]. Ekaterinburg, 2017. 189 p.
17. Omelchenko E.L. The Youth: Who Does Our Future Belong to. In Yado V.A. (ed.). *Sotsial'nyetransformatsiivRossii: teorii, praktiki, sravnitel'nyianaliz* [Social Transformations in Russia: Theories, Practices, Comparative Analysis]. Moscow, 2005, pp. 421–472. (In Russian).
18. Omeltchenko E.L. Youth Activism in Russia in the Context of Global Transformation. *Zhurnalissledovaniisotsial'noipolitiki = The Journal of Social Policy Studies*, 2005, vol. 3, no. 1, pp. 59–86. (In Russian).
19. Rusakova O.F., Gribov E.G. Political Media Discourse and Mediatization of Politics as a Concept of Political Communicativistics. *Nauchnyiezhegodnikinstituta filosofii i pravaura l'skogootdeleniya Rossiiskoi Akademii Nauk = Research yearbook institute of philosophy and law the Urals division of the Russian Academy of Sciences*, 2014, vol. 14, no. 4, pp. 65–77. (In Russian).
20. Chernykh A.I. *Vlast' demokratii — vlast' media?* [Is the Power of Democracy the Power of the Media?]. Moscow, The Higher School of Economics Publ., 2007. 64 p.
21. Klushina N.I., Baigozhina D.O., Takhan S.S. Mediatization: a Stylistic Vector. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik = Verkhnevolzhski Philological Bulletin*, 2019, no. 2, pp. 57–62. (In Russian).
22. Medwedew S. Wer hat Angst vor Greta Thunberg? – Russland offenbarmehr, als es zugeibt. *Neue Zürcher Zeitung*. Available at: <https://www.nzz.ch/meinung/wer-hat-angst-vor-greta-thunberg-russland-offenbar-sehr-ld.1517524>.
23. Grachev M.N. Political Communication. *Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya = RUDN Journal of Political Science*, 1999, no. 1, pp. 24–39. (In Russian).
24. Kiselev A.G., Kirichek P.N. The Trends of Political Communication under social Modernization. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiya = RUDN Journal of Sociology*, 2019, vol. 19, no. 2, pp. 322–336. (In Russian).
25. Pye L.W. Political Communication. In Bogdanor V. (ed.). *The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions*. New York, 1987, pp. 442.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Гуреева А.Н. Роль медиаактивности российской молодежи в процессе медиатизации политики / А.Н. Гуреева. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(2).325-334 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 2. — С. 325–334.

FOR CITATION

Gureeva A.N. The Role of Russian Youth's Media Activism in Mediatization of Politics. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 1, pp. 325–334. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(1).325-334. (In Russian).