

КОНЦЕПТ «ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО»: ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ И СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ

Маркина Ю. В.

*Ростовский государственный университет путей сообщения, Ростов-на-Дону
e-mail: yulia_markina@list.ru*

Проблематика информационного общества последние десятилетия волнует многих отечественных и зарубежных исследователей. Тем не менее мы считаем актуальным рассмотреть теоретические аспекты понятия «информационное общество», представить эволюцию и закономерности формирования данной концепции, которая на протяжении всего времени своего существования выступает средством принятия конкретных решений на государственном и международном уровнях.

Ключевые слова: информация, коммуникация, информационное общество, информационные технологии, массовые коммуникации.

ВВЕДЕНИЕ

Термин «информационное общество» (далее ИО), возникший во второй половине XX века, коррелирует с рядом близких и не очень близких понятий: постиндустриализм, «индустрия знаний», сетевая революция, «информационный взрыв», «дигитальное торнадо», постмодернизм и т. д., уже вошедших в арсенал коммуникативистики и в ядро терминосферы теории ИО. Термин появился вначале на Западе и в Японии, но стал вскоре привычным и в РФ. Концептуальное понятие «национальная глобальная информационная инфраструктура» ввели в США после конференции Национального научного фонда и знаменитого доклада Б. Клинтона – А. Гора; тогда же словосочетание «информационное общество» появилось в работах Экспертной группы Европейской комиссии под руководством Мартина Бангеманна, одного из наиболее уважаемых в Европе экспертов по ИО; словосочетания и метафоры типа «информационные магистрали» и «супермагистрали» стали нормой в канадских, британских и американских публикациях.

В 1997 году члены ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) создали специальную группу для разработки индикаторов развития информационного общества. С этого момента идет дискуссия на международном уровне относительно понятия и концепции «информационное общество». Трудность заключалась в неоднозначности трактовки и определений центрального понятия. При переходе к анализу понятия «информационная экономика» члены группы сталкивались с не меньшими трудностями. В результате изначально принятая модель М. Пората уже не была столь эффективным средством разработки стратегических программ, о чем писал В. Иноземцев [1, с. 245]. Одним из

решений проблемы стало использование понятия «сектор информационных и коммуникативных технологий» (ИКТ) в качестве основания разработки концепции «информационной экономики» и «информационного общества».

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В последние годы в работах отечественных и зарубежных авторов дискуссия о перспективах ИО оживилась, что закономерно [2]. В хрестоматийной книге Ф. Уэбстера представлены многие мнения и некоторые целостные теории ИО, часть из них важна для понимания процессов медиаконцентрации и гипермонополизации в эпоху позднего индустриализма и сегодня [3]. В частности, актуален и в наши дни, несмотря на естественные коррективы, разговор о взглядах Д. Белла, Г. Шиллера, Ж. Бодрийяра, Э. Тоффлера. Последний, как известно, ввел в научный оборот теорию трех революций, согласно которой человечество пережило аграрную и индустриальную революции и находится в стадии информационной революции [4]. Э. Тоффлер, несмотря на то, что он постоянно акцентирует роль культуры в ИО, считает, что все компоненты супериндустриального общества равноправны и равнозначны. В качестве компонентов структуры общества он выделяет, во-первых, техносферу, которая включает энергетическую подсистему, систему производства и систему распределения. Во-вторых, он анализирует социосферу – различные социальные институты (семья, образование и др.). Техносфера и социосфера внутренне взаимосвязаны. В-третьих, что наиболее актуально для теоретиков СМИ, ученый описал инфосферу – подсистему социальной коммуникации и информации. Кроме того, Тоффлер интересовался биосферой, сферой власти (формальные и неформальные институты политики), психосферой (сфера межличностных отношений, субъективности). Можно, думается, добавить сюда и такие сферы бытия, как ноосфера в понимании В. Вернадского, Э. Леруа, Т. де Шарден и др., а также «кримисфера» (неологизм призван выразить уникальность мира преступников, вставших на путь осознанной антиюридической деятельности). Взаимодействие всех этих сфер образует макросферу обитания человека и неизбежно влияет на все общество, в том числе и на коммуникативные процессы.

Одна из особенностей информационного общества – возрастание удельного веса индивидуального труда, почти исчезнувшего в индустриальном обществе. Развитая сеть автоматизированных рабочих мест позволит многим специалистам не выходя из дома принимать участие в общественном производстве.

Качественно новым моментом стала возможность управления большими комплексами организаций и производством систем, требующим координации деятельности сотен тысяч и даже миллионов людей. Шло и продолжает идти бурное развитие новых научных направлений, таких как информационная теория, кибернетика, теория принятия решений, теория игр и т. д., то есть направлений, связанных именно с проблемами организационных множеств.

Первоначально модель «информационного общества» создавалась на основе экономических данных [5, с. 278]. Вторая половина XX века была насыщена кардинальными социальными и экономическими трансформациями, изменившими облик цивилизации и картину миропорядка. Пытаясь осмыслить эти масштабные перемены, философы, социологи и экономисты создали ряд концепций, воссоздающих логику прогресса. Необходимо отметить, что ряд западных политологов и политэкономов склоняется к тому, чтобы провести резкую грань, отделяющую концепцию информационного общества от постиндустриализма. Однако, хотя концепция информационного общества призвана заменить теорию постиндустриального общества, ее сторонники повторяют и дальше развивают ряд важнейших положений технократизма, постиндустриализма и традиционной футурологии.

Неопределенность в формулировках информационного общества заставляет искать признаки, его характеризующие. Ф. Уэбстер выделял пять, потом шесть основных критериев для характеристики информационного общества: технологический, экономический, связанный со средой занятости, пространственный, культурный, позже некий интегративно-качественный [3, с. 318–325]. Эти критерии, на наш взгляд, имеют разные основания. Так, в центре первых пяти критериев лежит убеждение, что количественные изменения в сфере информации привели к возникновению качественно нового типа социального устройства – информационного общества. Качественный критерий подчеркивает, что характер массовой информации изменил, независимо от ее количества (не все потребляют большие количества сообщений), образ мира и стиль жизни людей. Эта деталь позволяет предполагать, что в основе социальных коммуникаций, и в значительной мере – норм человеческого поведения, первоначально лежит знание о мире и – как одна из его составляющих – адекватная медийная информация. Согласно концепции постиндустриального общества, история цивилизации делится на три большие эпохи: доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную. При переходе от одной стадии к другой новый тип общества не вытесняет предшествующие формы, но делает их второстепенными.

Ф. Уэбстер, отталкиваясь от идей Д. Белла, М. Пората, Ф. Махлупа и др., подчеркивает важность политэкономического подхода к массовым коммуникациям (далее – МК) и в качестве примера современных толкований «информационального капитализма» (М. Кастельс) анализирует категорию «информационального труда» [3, с. 163], в основе которого лежит научно-рациональное понимание экономики знаний, для которой принципиален закон постоянного пожизненного обновления знаний работников. Уэбстер, описывая фордистско-кейнсианскую систему накопления капитала и классовый характер труда интеллектуалов, подробно характеризует «корпоративные и классовые интересы и приоритеты рынка» [3, с. 172], а в некоторых местах книги прямо или косвенно-ненавязчиво формулирует важный, хотя и известный многим исследователям медийной

концентрации, тезис о несовместимости идеалов большого бизнеса и свободной журналистики. В качестве предварительного аргумента в спорах о плюсах и минусах монополизации СМИ хотелось бы сразу сформулировать тезис о неисправимой противоречивости рыночной экономики, не оставляющей сомнения в обострении конфликтов и в электронных, цифровых медиа, где транснациональные корпорации (ТНК) усугубили недостатки стихийно-синергетического движения медийного бизнеса. Тезис не доказывает полезность плано-административной формы развития СМИ, тем более не оправдывает существование тоталитарной модели культуры. Но и рынок не дал желаемой гармонии.

К концу прошлого века сфера информационного бизнеса и информационных услуг резко выросла. Например, в сельском хозяйстве США было занято 3 % работающих, в промышленности – 20 %, в сфере обслуживания – 30 % и 48 % людей было занято в создании средств для работы с информацией и непосредственно самой работой с ней. Симптоматично, что ряд ведущих исследователей, сформулировавших теорию постиндустриального общества, в настоящее время выступает в качестве аналитиков информационного общества. Как утверждает Белл, «в наступающем столетии решающее значение для экономической и социальной жизни, для способов производства знания, а также для характера трудовой деятельности человека приобретает становление нового уклада, основывающегося на телекоммуникациях. Революция в организации и обработке информации и знаний, в которой центральную роль играет компьютер, развертывается одновременно со становлением постиндустриального общества». Причем, считает Белл, для понимания этой революции особенно важны три аспекта постиндустриального общества. Имеется в виду переход от индустриального общества к обществу услуг, определяющее значение кодифицированного научного знания для реализации технологических нововведений и превращение новой «интеллектуальной технологии» в ключевой инструмент системного анализа и теории принятия решения.

Для Д. Белла концепция ИО стала этапом развития теории постиндустриального общества. Как констатировал Белл, «революция в организации и обработке информации и знания, в которой центральную роль играет компьютер, развивается в контексте того, что я назвал постиндустриальным обществом» [6]. А если учесть, что Белл видел враждебность Большого Бизнеса по отношению к наемному работнику, то можно продолжить рассуждение экономиста по отношению к процессам концентрации капитала в масс-медиа: монополизм игнорирует личность, не замечает одного **конкретного** человека, заботясь о потребителе вообще. Думается, этот факт созвучен тому, что медийный текст является особым

товаром, журналистика имеет точки соприкосновения с искусством, духовный потенциал ее таков, что унификация конвейерного производства далека от профессиональных идеалов, хотя она и является законом для медийной индустрии.

Можно утверждать, что «экономика знаний» (knowledge-based economy) способствовала переходу от культа производства к философии массового потребления. Особо значим момент перехода от гонки производителей товаров к гонке производителей услуг: например, информационные услуги таких корпораций, как Гугл, Яндекс, Фейсбук и т. п. привлекают большее внимание потребителей, чем традиционные товары, причем товаропроизводители чаще делали упор на рекламу, а работники сферы услуг чаще прибегали к тактике умелой организации связей с общественностью, пиар стал важнейшим конкурентным преимуществом.

Информационное общество – порождение постиндустриального общества; это особая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания, наблюдается увеличение роли информации в жизни общества, возрастание доли коммуникаций в процессе труда, увеличение доли услуг в валовом внутреннем продукте. Очевидно появление и/или создание глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное взаимодействие людей, их доступ к мировым духовным ресурсам и удовлетворение потребностей в информационных продуктах и услугах [7].

Учитывая глубину и размах технологических и социальных последствий компьютеризации и информатизации различных сфер общественной жизни, их нередко называют компьютерной или информационной революцией. Более того, западная общественно-политическая мысль выдвинула различные варианты так называемой концепции «информационного общества», имеющей своей целью объяснение новейших явлений, порожденных новым этапом научно-технического прогресса, компьютерной и информационной революцией. О значимости и растущей популярности концепции ИО на Западе свидетельствует все более нарастающий поток публикаций на эту тему. В настоящее время в западной общественно-политической мысли она постепенно выдвигается на то место, которое в 70-х годах занимала теория постиндустриального общества.

Говоря об изменениях и сдвигах, способствующих переходу современного западного общества в качественно новую стадию, теоретики опираются на объективные процессы развития наукоемких, энерго- и трудосберегающих отраслей экономики, процессы роботизации производства, компьютеризации и информатизации важнейших сфер политической жизни. Это влияет на перспективу общественно-исторического развития человечества, на судьбу человека, на его место и роль в этом процессе. Развитие киберкультуры как фундамента ИО требует специального рассмотрения и разработки соответствующей концепции в единстве

КОНЦЕПТ «ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО»: ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ И СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ

социальных, технических, политических, экономических и правовых факторов.

Анализируя теории ИО, можно выделить некоторые обобщенные критерии. Первым стоит назвать **наличие систем телекоммуникационных технологий.** Телекоммуникационная технология выделяется в качестве самостоятельной подсистемы и элемента ИО потому, что она выходит за рамки значения техники, используемой в различных отраслях экономики. Это не паровая машина Уайта, «знак» экономики на первом этапе развития промышленного общества, не машинная конвейерная технология, определившая эмблематику второго этапа. Телекоммуникационная технология существует самостоятельно, причем не как техническая подсистема экономики. Она является видом социальной технологии, определяющей способы взаимодействия разных подсистем общества и возможности разных его слоев для активного участия в общественной жизни. Более того, телекоммуникационные технологии влияют на государственно-политическую сферу организации и управления, сферы труда, культуры и символического воспроизводства социальной реальности. Во-вторых, в качестве относительно независимой подсистемы общества выделяется сфера образования (а не институт в рамках конкретной социальной подсистемы того или иного государства). Эта сфера начинает доминировать: образование становится непрерывным. Являясь стратегическим ресурсом в рамках функционирования государственных и политических структур, оно предопределяет сферу труда и экономики. В то же время оно выступает доминирующим фактором в процессе группового и статусного образования, а также фундаментальной основой инноваций в процессах социализации.

ИО рассматривается как в синхронно-атемпоральном, так и в диахроническом, историко-динамическом аспектах. Ряд исследователей представляют его в качестве особой стадии в историческом развитии человечества. Вместе с тем историческое место информационного общества в эволюции человечества определяется по-разному. Согласно Ю. Хабермасу, Э. Гидденсу, Ф. Ферраротти, информационное общество рассматривается как фаза индустриального общества, наступившая вслед за фазой индустриализации (конец XVIII – начало XX в.) и фазой массового производства и массового потребления, иначе – так называемого «массового» общества (начало XX в. – 60–70-е годы XX в.).

Статус субъекта глобального информационного общества и интерес аудитории к индивидууму определяется в первую очередь его компетентностью и ценностью имеющихся у него сведений. При соблюдении этих условий «маленький человек» вполне может соперничать с информагентствами и всемогущими медиаимпериями, особенно в ситуации информационного вакуума, нереализованной потребности в информации о тех или иных событиях либо в отношении (само)изолированных сообществ и целых государств.

Главными недостатками гражданских журналистов являются их ограниченные ресурсы. Преимуществом – доверие аудитории, которое объясняет мировую известность интернет-дневников, рассказывающих о жизни в Китае, Иране, на Кубе, популярность их авторов-диссидентов,

получающих признание международного сообщества, в том числе в виде различных наград в области журналистики, литературы, общественной и правозащитной деятельности.

Зная об этом, необходимо помнить о возможностях манипулирования общественным мнением с помощью подобных «частных историй», «свидетельств очевидцев» и «репортажей с места происшествия». Сегодня блог «участника событий» может производить даже более сильное впечатление, чем видеосюжет, показанный по CNN в прайм-тайм.

Переход к информационному обществу не сулит каких-либо перемен в социальных благах, останется расслоение населения на более обеспеченных и менее обеспеченных, в различной мере способных воспользоваться плодами информатизации. Сфера информационных услуг, конечно, будет дифференцирована, и ряд наиболее важных услуг по своей стоимости будет выше возможностей среднего члена общества. Проблема равного доступа к информации возникает не только внутри одной страны, но будет проявляться.

Особый взгляд на проблему у воронежского автора В. И. Сапунова. Исследователь СМИ высказывает в своих работах достаточно спорную мысль о тотальном господстве в мировых СМИ финансово-спекулятивного капитализма, который, мол, резко интенсифицировал «неолиберальную организацию производства», а та, в свою очередь, становится «неотъемлемым компонентом медиастратегий, усиливая такие тенденции, как коммерциализация, унификация и примитивизация информации» [8, с. 109–110].

Оппоненты медиаглобализации пишут о потере самобытности национальными СМИ. Сближение стандартов в масс-медиа Севера и Юга, Востока и Запада нельзя понимать как тотальную унификацию журналистского труда. Массификация идет рядом с демассификацией, с диверсификацией медийного продукта. С данной точки отсчета понятна одна из ключевых идей: мир масс-медиа, как и мир в целом, – это чередование разных событий. Журналистов мир вещей волнует в первую очередь как воплощение антропологичности любой деятельности, как часть мировой событийности. «Журналистика как социальный институт подвержена трансформациям, детерминированным эволюционным развитием общества; социальная реальность, а также авторское видение миссии журналиста в контексте исторической эпохи определяют характеристики образа журналиста, интерпретации профессии в творческом, гражданском, духовно-личностном направлениях» [9, с. 306].

«Глокализация СМИ – это соединение общих достижений в данной сфере с самобытной местной традицией, которую нельзя терять:

уникальность коммуникативных практик такова, что любой язык создает неповторимые коды общения, утрата которых обедняет мировую культуру» [10, с. 79]. Добавим, что концентрация капитала в СМИ стала магистралью медиаэкономики, поэтому противопоставлять глобализацию и глокализацию не стоит: процессы эти сливаются в реальной практике в неразложимое целое.

ВЫВОДЫ

Итак, глобальным **информационным пространством** называют совокупность информационных ресурсов (источники информации), технологий информационного взаимодействия (программное обеспечение) и информационных телекоммуникационных систем (оборудование), функционирующих на основе общих принципов и формирующих информационную инфраструктуру.

Информационным обществом именуется явление более высокого порядка – новая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства и обмена выступают информация и знания.

Несмотря на контекстуальную близость этих понятий, принципиальное различие между ними состоит в том, что составляющими элементами пространства являются неодушевленные объекты, результаты человеческого труда, тогда как главным активным элементом общества, его субъектом является человек.

Таким образом, цели участников информационного общества и методы их достижения не совпадают и часто противоречат друг другу. Вместе с тем ключевой ресурс, за который происходит борьба, общий – это аудитория, ее внимание и потенциальная социально-политическая и экономическая активность. Это служит основаниями для соперничества и конфликтов в информационном обществе. Сегодня термин «информационное общество» прочно занял свое место, причем не только в лексиконе специалистов в области информации, но и в лексиконе политических деятелей, экономистов, ученых. В большинстве случаев это понятие ассоциируется с развитием информационных технологий и средств телекоммуникации, позволяющих на платформе гражданского общества (или, по крайней мере, декларированных его принципов) осуществить новый эволюционный скачок и достойно войти в следующий информационный век уже в качестве информационного общества или его начального этапа.

Список литературы

1. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia, 2000. – 640 с.
2. См., напр.: Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийяр // Поэтика и политика: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – М.: Институт экспериментальной социологии, 1999. – 289 с.; Болыц Н. Азбука

- медиа / Н. Больц. – М.: Европа, 2011. – 136 с.; Вартанова Е. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е. Вартанова // Вестник МГУ. – Сер. 10. Журналистика. – 2012. – №1; Добросклонская Т. Медiateкст: теория и методы изучения / Т. Добросклонская // Вестник МГУ. – Сер. 10. Журналистика, 2003. – № 2; Жижек С. Щекотливый субъект: отсутствующий центр политической онтологии / Славој Жижек. – Пер с англ. – М.: Дело, 2014. – 538 с.
3. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной; под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с
 4. Тоффлер Э. Третья волна. Глава 13. Демассификация средств массовой информации / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.
 5. Стоунер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс. 1986. – 394 с.
 6. См. Маркина Ю. В. Трансформация понятия «информационное общество» / Ю. В. Маркина // Гуманитарные научные исследования. – Февраль. 2014. – № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21227310>
 7. См.: Бодрунова С. С. Либеральный идеал как точка отсчета в моделировании взаимодействия политической и журналистской систем // Ценности журналистики и достоинство журналиста (аксиология журналистики): материалы всерос. науч.-практ. конф. / под ред. Г. В. Жиркова, В. А. Сидорова. СПб: ИД СПбГУ, 2010. С. 80–86; Бодрунова С. С. Западная медиа-аксиология и либерально-демократический идеал работы СМИ / С. С. Бодрунова // Журналистика. Общество. Ценности / ред.-сост. В. А. Сидоров. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2012. – С. 94–169; Hjarvard S. The Mediatization of Culture and Society / S. Hjarvard Oxon: Routledge, 2013. – 340 p.
 8. Сапунов В.И. Монополизация в медиасекторе в 2011 году // Проблемы массовой коммуникации. ВГУ, 2012. – Ч. 1. – С. 109–110.
 9. Смеюха В. В. Вопросы медиалогии / В.В. Смеюха. – Ростов н/Д., 2013. – 324 с.
 10. Хорольский В. В. Коммуникативистика и теория журналистики в контексте медийной глобализации: методологические загадки // Вестник ВолГУ. – Серия 8: Литературоведение. Журналистика. – 2009. – № 8. – С.79–88.

THE CONCEPT «INFORMATION SOCIETY»: EVOLUTION AND MODERN UNDERSTANDING

Markina Yu. V.

Last decades many domestic and foreign researchers concern the problems of the Information Society. Nevertheless, we consider it is very relevant to consider the theoretical aspects of the concept "information society", to represent the evolution and laws of the concept's formation, which for the entire time of its existence, is a means of taking concrete decisions at the national and international levels.

Key words: information, communication, information society, information technology, mass communications.

References:

1. Inozemtsev V.L. The modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects / V.L. Inozemtsev. – М.: Academia, 2000. – 640 p.
2. See, eg.: Jean Baudrillard. Requiem for media // *The Poetics and Politics: The almanac of the Russian-French center of sociology and philosophy of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences*. – М.: Institute of Experimental Sociology. 1999. – 289 p.; N. Bolz Media Alphabet / H. Bolz. – М.: Европа, 2011.- 136 p .; Vartanova E. On the necessity of modernization concepts of journalism and media // *Vestnik MSU. Ser.10. Journalism*. – 2012. – №1; Dobrosklonskaya T. Media Texts: Theory and methods of study // *Vestnik of MSU. Ser.10. Journalism*. – 2003. № 2; Žižek S. Touchy Subject: the Absent Center of Political Ontology / Slavoj Žizhek. – Translated from English. М.: "Delo", 2014. – 538 p.
3. Webster F. Theories of the Information Society / F. Webster /Translated from English by M.V. Arapova, N.V. Malykhina; ed. E.L.Vartanova. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 p.
4. Toffler E. Third Wave. Chapter 13. Demassifikatsiya media / E. Toffler. Moscow: AST, 2004. – 781 p.
5. Stoner T. Information Wealth: Profile Postindustrial Economy / T. Stoner // *New Technocratic Wave in the West*. М.: Progress. 1986. 394 pp.

**КОНЦЕПТ «ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО»: ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ И
СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ**

6. Bell D. The Coming Post-Industrial Society / Bell D. – М., 1999. See. Markina Yu.V. The Transformation of the Concept "Information society" / Yu.V. Markina // *Humanities Research*. – February 2014. – № 2. [Electronic resource]. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21227310>
7. See Bodrunova S.S.: Liberal Ideal as a Starting Point for Modeling the Interaction of Political and Journalistic Systems // *Values of Journalism and the Dignity of the Journalist (Axiology Journalism): Proc. scientific-practical. Conf.* / Ed. G.V. Zhirkov, V.A. Sidorov. – St. Petersburg: SPbSU. – 2010. – P. 80–86; Bodrunova S.S. Western Media Axiology and Liberal-Democratic Ideal for Media // *Journalism. Society. Values* / ed.V.A. Sidorov. St. Petersburg: SPbSU. – 2012. – P. 94–169; Hjarvard S. *The Mediatization of Culture and Society* / S.Hjarvard. – Oxon: Routledge, 2013.
8. Sapunov V.I. The monopolization of the media sector in 2011 / V.I. Sapunov. *Problems of Mass Communication*. VSU, 2012. CH.1. – P.109–110.
9. Smeyukha V.V. Questions Medialogia / V.V. Smeyukha. – Rostov on/D., 2013. – 324 p.
10. Khorolsky V.V. Communicative and theory of journalism in the context of media globalization: methodological puzzles / Khorolsky V.V. // *Vestnik of VolGU.– Series 8: Literaturovedenie. Journalism*. 2009. – №8. – P.79– 88.