

АКСИОЛОГИЯ МЕДИА
AXIOLOGY OF MEDIA

DOI: 10.22363/2312-9220-2025-30-4-824-837

EDN: RNSMVS

УДК 070:316

Научная статья / Research article

**Проблема экологической стандартизации медиа:
научные предпосылки и институциональные вызовы**

С.С. Трофимова¹ , А.А. Позняк-Ибатулина²

¹ Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия

² Российский университет дружбы народов, Москва, Россия
s.trofimova@spbacu.ru

Аннотация. Исследуется возможность формирования системы независимой медиаэкспертизы на основе экологических принципов. В рамках междисциплинарного подхода (медиаэкология, коммуникативистика, цифровая социология) анализируются ключевые направления изучения экосистем медиа, критерии безопасности медиасреды, существующие практики экспертной оценки контента. Цель – выявить предпосылки для разработки экостандартов СМИ и определить барьеры их внедрения. Автор обосновывает необходимость создания альтернативных механизмов регулирования медиа, не связанных с государственным контролем или коммерческими интересами. Особое внимание уделяется противоречию между свободой слова и необходимостью защиты пользователей от токсичного контента. Научная новизна состоит в систематизации технологических (алгоритмы фильтрации), институциональных (некоммерческие организации) и социокультурных (медиаграмотность) факторов, влияющих на стандартизацию. Проведенный анализ подтверждает, что текущий уровень развития медиаэкологии позволяет инициировать коллективные исследования в этой области. Перспективным направлением признается интеграция экспертных оценок в рейтинги СМИ с использованием различных инструментов искусственного интеллекта.

Ключевые слова: медиаэкология, медиаэкспертиза, экологическая стандартизация медиа, гуманитарная безопасность медиасреды, цифровые медиаплатформы, альтернативные механизмы регулирования, токсичность контента

Вклад авторов. Разработка концепции исследования, сбор и анализ материала, написание рукописи – С.С. Трофимова; сбор и анализ данных, редактирование рукописи –

© Трофимова С.С., Позняк-Ибатулина А.А., 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

А.А. Позняк-Ибатулина. Все авторы прочли и одобрили окончательную версию рукописи.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 20 мая 2025 г.; отрецензирована 2 июля 2025 г.; принятая к публикации 10 июля 2025 г.

Для цитирования: Трофимова С.С., Позняк-Ибатулина А.А. Проблема экологической стандартизации медиа: научные предпосылки и институциональные вызовы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2025. Т. 30. № 4. С. 824–837. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-4-824-837>

The Problem of Media Eco-Standardization: Scholarly Foundations and Institutional Challenges

Svetlana S. Trofimova¹ , Anna A. Poznyak-Ibatulina²

¹ St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, Saint Petersburg, Russian Federation

² RUDN University, Moscow, Russian Federation

s.trofimova@spbacu.ru

Abstract. Examined the feasibility of establishing an independent media expertise system based on ecological principles. Through a multidisciplinary lens (media ecology, communication studies, digital sociology), it analyzes: key research trends in media ecosystems, criteria for media environment “sustainability”, and existing practices of content evaluation. The study aims to identify prerequisites for developing media eco-standards and systemic barriers to their implementation. The author argues for alternative media regulation mechanisms beyond state control or commercial interests, highlighting the tension between free speech and user protection from toxic content. The scholarly contribution includes a framework for assessing technological (filtering algorithms), institutional (NPOs’ role), and socio-cultural (media literacy) factors affecting standardization. The analysis demonstrates that current advancements in media ecology provide sufficient groundwork for collaborative research. A promising avenue is integrating expert assessments into media rankings using AI tools.

Keywords: media ecology, media expertise, media eco-standardization, humanitarian security of media environment, digital media platforms, alternative regulation mechanisms, content toxicity

Authors' contribution. Development of the research concept, data collection & analysis, manuscript writing – Svetlana S. Trofimova; data collection & analysis, manuscript editing – Anna A. Poznyak-Ibatulina. All authors have read and approved the final version of the manuscript.

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted May 20, 2025; revised July 2, 2025; accepted July 10, 2025.

For citation: Trofimova, S.S., & Poznyak-Ibatulina, A.A. (2025). The Problem of Media Eco-Standardization: Scholarly Foundations and Institutional Challenges. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 30(4), 824–837. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2025-30-4-824-837>

Введение

Известно, что влияние медиа многомерно. Рассматривается оно в разных научных контекстах, включая психологические, социальные, технологические, лингвистические, культурологические и собственно коммуникативные. Попытка комплексного изучения медиавлияния предпринимается в последние годы медиаэкологами. Согласно определению, предложенному Д.А. Колесниковой (2017, с. 184), медиаэкология – это дисциплина, в рамках которой исследуются темы глобальной циркуляции текстов и образов, устойчивого развития и мобильности, а также концептов и истории окружающей среды как биологического и технического окружения. Ссылаясь на труды основоположников данного направления Маршалла Маклюэна¹ и Нейла Постмана², исследователь подчеркивает значимость морального и этического контекста в изучении медиа, а также гуманитарных аспектов информационной безопасности, иными словами, речь идет о безопасности усвоения информации и о влиянии медиа на выживаемость человечества.

Следует отметить, что медиаэкология не является однородным научным направлением со строго определенной сферой интересов и методологией. Можно выделить несколько групп исследований, базирующихся на принципах медиаэкологии. В части из них основной интерес сосредоточен на изучении медиа как саморазвивающейся системы, ее закономерностях и перспективах, особенностях функционирования и трансформаций, при этом акцент на восприятии информации, ее влиянии на человека, собственно вопросы экологичности медиа часто уходят на второй план. Такой подход приводит к размытию границ медиаэкологии и позволяет объединять разнородные исследования в один научный труд, что можно видеть на примере коллективной монографии «Экосистема медиа: цифровые модификации» (Волкова и др., 2021). По сути, «эко-» в данном случае используется для обозначения масштабности исследуемой проблемы, ее системности и междисциплинарного характера. Есть мнение, что термин «экосистема» употреблен в данном случае не вполне корректно (Кузякин, 2023), однако обзор применения терминов «экосистема медиа» и «экология медиа» позволяет утверждать, что данные дефиниции используются для различных целей. В первом случае для теоретического осмысливания масштабных процессов – часто с применением моделирования как инструмента системного анализа, во втором – для формирования фундаментальной базы прикладных и теоретико-прикладных исследований. Можно сказать, что в первом случае речь идет об экосистеме медиа как таковой, а во втором – о различных нарушениях в ней.

Более значимое для настоящей работы понятие «экология медиа», так же как и дефиниция «экосистема медиа», базируется на междисциплинарном системном подходе и представлении о медиа как о среде, впервые предложен-

¹ См.: McLuhan M. *Understanding Media*. New York : Mentor, 1964.

² См.: Gencarelli T.F. James Garey: The Search for Cultural Balance // *Perspectives on Culture, Technology, and Communication: The Media Ecology Tradition* / ed. Casey Man Kong Lum. New York : Hampton Press, 2006. P. 201–225.

ном М. Маклюэном. При этом основной акцент при употреблении данного термина делается на взаимовлиянии человека и медиа, на социальных эффектах медиапотребления, психологии и социологии воздействия и восприятия массовой информации. Исследования данной группы тяготеют к прикладному характеру, что обусловлено общими тенденциями развития экологических представлений о необходимости адаптации к среде обитания – как естественной, так и технологической – и постепенной трансформации деятельности человека с целью оптимизации его влияния на среду, а значит, и на собственные перспективы. Цикличность этих процессов, выявленная в отношении экономического развития, несомненно, свойственна и медиа как особого рода индустрии. Специфика экологической проблематики в сфере медиа заключается в том, что приходится иметь дело с нематериальными, трудно выявляемыми последствиями деятельности человека в этой новой, динамично развивающейся части реальности. Само признание медиа «реальностью», «средой» до сих пор является инновационным, поскольку практические изменения в деятельности человека, обусловленные данными представлениями, еще далеко не наступили. Стремлением приблизить такую трансформацию обусловлен научный интерес к прикладным аспектам медиаэкологии.

Указанный подход предполагает обработку большого массива данных, применения социологических, лингвистических методов, а также контент-анализа медиатекстов. Исследуются конкретные проявления новой медиарельности с учетом ее основных характеристик, таких как глобальность, способность к саморазвитию, неконтролируемость и неуправляемость, а значит, давлеющая необходимость в адаптации. При этом рассматриваются отдельные стратегии и тактики формирования общественного мнения (Черненко, 2018; Gilchrist, 2018), вопросы эффективности коммуникации (Weitkamp et al., 2021), проблема токсичности массовой коммуникации (Витвинчук, 2015; Глущенко и др., 2021), социально-правовые аспекты функционирования новых цифровых платформ (Турунов и др., 2025), особенности медиапотребления и медийной активности интернет-пользователей в зависимости от поколенческих различий в восприятии этических норм (Волкова, Лазутова, 2013; 2020; Розенберг, Карпова, 2025; Самойлова, 2019), риски и стратегии адаптации к медиасреде (Асеева, 2023; Белкина, 2022; Гrimov, 2022; Кветкин, 2022; Копылова, Федорченко, 2021), перспективы развития медиаобразования и медиаграмотности (Милославская, 2020; Степанов, 2021; Шестерина, 2020), гуманистические аспекты информационной безопасности (Берендеев, Друкер, 2021; Волкова, Лазутова, 2017; Иванова, 2024; Трофимова, 2025), в том числе с лингвистической точки зрения (Полонский, Глушкова, 2024).

Материалы и методы

Для выявления предпосылок и барьеров экологической стандартизации медиа был применен комплексный междисциплинарный подход, интегрирующий принципы медиаэкологии, коммуникативистики и цифровой социологии.

Методологическая основа работы – системный и проблемно ориентированный анализ для структурирования предметного поля исследования, анализ существующих практик и вторичных данных. Изучены российские и зарубежные теоретические и эмпирические исследования в области медиаэкологии, экосистем медиа и медиавоздействия, а также существующие различные механизмы регулирования медиасреды (государственные, коммерческие, саморегулируемые). Сравнительно-сопоставительный метод использован для противопоставления различных подходов к пониманию «экологии медиа» и «экосистемы медиа», а также для выявления диалектического противоречия между усилением власти медиа и тенденциями к ее низвержению через медиаграмотность. Институциональный анализ был применен для оценки возможностей и ограничений создания альтернативных (негосударственных и некоммерческих) структур, способных проводить экологическую медиаэкспертизу. Методология исследования носит качественный характер и нацелена на систематизацию накопленных в смежных областях знаний для формирования концептуальных основ будущей экологической стандартизации медиа. Полученные результаты являются продуктом теоретического осмысления и синтеза существующих научных данных, что задает вектор для последующих эмпирических проверок и разработки конкретных критериев экостандартов.

Результаты и обсуждение

Медиаэкология анализирует медиа как среду обитания человека, влияние медиа на социальные практики и культурные нормы. В рамках прикладной медиаэкологии акцент делается на поиске механизмов снижения вредоносного воздействия медиа (токсичность контента, манипуляции, цифровая перегрузка). Иными словами, медиаэкология представляет собой совокупность различных областей знаний, которые объединены общей идеей изучения последствий медиа для человеческого существования (Gilchrist, 2018, p. 27). Следуя логике развития экологических знаний, закономерно предположить, что конечной целью изучения этих последствий является выработка решений и инструментов для формирования коллективных стратегий адаптации человека к медиасреде и трансформация медиапроизводства на основе экологических принципов. Отметим, что прикладные медиаисследования представлены преимущественно рекомендациями по повышению эффективности массовых коммуникаций в интересах *производителя медиаконтента*. При этом комплексных решений, направленных на повышение безопасности медиасреды для *потребителя*, явно недостает: существующие на этот счет рекомендации обращены к самому потребителю и носят ограничительный характер (Лаврова В.А., Лаврова Е.В., 2019), что, очевидно, не может кардинальным образом повлиять на преодоление гуманитарных угроз в сфере информации.

Рассуждая о перспективах развития медиаэкологии как научной дисциплины, исследователи (Laskowska, Marcyński, 2019) отмечают, что в центре этой перспективы находится концепция, согласно которой изучение медиа как

среды позволит изменить мир: «перерабатывающий завод» власти медиа будет демонтирован (Lekakis, 2017, p. 38). В настоящее время можно наблюдать диалектическое противостояние двух тенденций: с одной стороны, укрепление власти медиа, что выражается в разработке новых эффективных методов и технологий управления общественным мнением в коммерческих и политических целях; с другой – низвержение власти медиа, выражющееся в развенчании манипулятивных стратегий и повышении медиаграмотности аудитории. Первая тенденция поддержана маркетинговыми и научными исследованиями в сфере PR, рекламы и пропаганды, вторая – правительственными грантами на проведение фундаментальных научных исследований и развитием медиаобразования. По всей видимости, первая из противоборствующих сил представлена более мощно и перспективы демонтажа власти медиа выглядят весьма отдаленными. Однако объем накопленных в этой сфере знаний позволяет прийти к некой структуре, которая может стать основой для выработки стандартов качества для СМИ, применение которых при поддержке медиаобразования поможет потребителю сделать осознанный выбор в пользу безопасного и полезного источника информации.

Несмотря на то, что применение экологических стандартов для контроля качества продукции является привычной, повсеместно распространенной, принятой мировым сообществом практикой, экстраполяция такого подхода на сферу медиа может вызывать ожидаемое сопротивление. Существующие в данный момент представления о качестве медиа и о безопасности потребляемого медиаконтента не позволяют объективно, с высокой степенью достоверности определить степень вредоносного влияния конкретного источника информации на аудиторию (определенный сегмент аудитории). Если не существует общепризнанных понятий о безопасном контенте, попытки внешней стандартизации могут восприниматься как угроза свободе слова, как попытка установить дополнительный контроль за независимыми СМИ и ограничить конституционное право граждан на доступ к информации. Кроме того, существенную проблему может представлять вопрос институционализации экологической экспертизы медиа и, соответственно, финансирования данных процедур. И, наконец, сложившаяся на сегодня система медиаобразования не позволяет подготовить потребителя, заинтересованного в экостандартизации медиа, способного оценить значимость экологической экспертизы. Ориентация на безопасный контент и доверие экспертному сообществу – непременные характеристики аудитории, без которых любая деятельность, направленная на экостандартизацию медиа, окажется неэффективной.

Признавая значительное влияние ограничивающих факторов, препятствующих внедрению экостандартов медиа в текущих условиях, стоит, однако, отметить, что поиск новых механизмов регулирования медиа – непременное условие гуманистически ориентированного развития информационного общества. Существующие регулятивные меры в сфере медиа (правовые, экономические, технологические, социокультурные) не способны сдерживать процессы, угрожающие цивилизации. Проводимые в последние десять-пятнадцать

лет коммуникологические исследования убедительно доказали, что деструктивные последствия имеют как концентрация медиа, в том числе и в руках государства, так и развитие конкурентной среды, когда борьба за увеличение аудитории приводит не к дифференциации, а к унификации медиа, что неизбежно сказывается на качестве журналистских материалов (Шарков, Юдина, 2013). Коммуникологи и социологи отмечают «серезные нарушения в экологии медиапространства» (Шарков, Юдина, 2013, с. 40) и указывают на то, что наличие социальных институтов и общественных организаций, оказывающих регуляторное воздействие на медиа, могут стать той значимой силой, которая способна балансировать противоречивые тенденции развития медиасферы.

Сегодня можно выделить несколько альтернативных социальных механизмов регулирования медиа, проходящих этапы становления и развития: медиаобразование, медиакритику и медиаэкспертизу. Процессы институционализации данных явлений еще далеко не завершены, но они, несомненно, должны быть поддержаны на государственном уровне, так как необходимые предпосылки для закрепления устоявшихся практик в этих областях существуют. Во-первых, это наличие потребности в безопасности медиапространства, а во-вторых, фундаментальные гуманистические ценности, которые положены в основу представлений о качестве медиапродукта.

В контексте вопроса об экостандартизации качества медиа наибольший интерес представляет процесс институционализации экологической медиаэкспертизы. Маркетинговые и социологические исследования, проводимые в интересах компаний и государственных органов, широко представлены на современном рынке коммерческими организациями и имеют собственные ассоциации (например, ОИРОМ³). В системе координат, изложенной в настоящей статье, их можно отнести к силе, которая работает на укрепление власти медиа, потому несмотря на наличие ценного опыта и технологий в исследовании медиа их нельзя отнести к экологическим. Тем не менее в этом ряду можно выделить социально ориентированные организации, например ФОМ, проводящий исследования по социально значимым вопросам, в частности «ментальному (не)благополучию» населения, выступающий за развитие «помогающей социологии» и реализующий ряд проектов просветительской направленности⁴. Подобного типа организации гипотетически могут стать основой организации, осуществляющей экологическую медиаэкспертизу, но в составе необходимы не только социологи, но и специалисты в области коммуникаций, психологии, педагогики, филологии, инженерии и других областей, так или иначе затрагивающих вопросы безопасности медиапотребления.

³ Объединение исследователей рынка и общественного мнения (ОИРОМ) – профессиональная ассоциация исследовательских компаний, созданная в 2003 г. в России. В состав ОИРОМ входят ключевые игроки рынка маркетинговых исследований и общественного мнения, занимающие более 60 % российского рынка. См.: ОИРОМ. Первая в России профессиональная ассоциация исследовательских компаний. URL: <https://oicom.ru/> (дата обращения: 18.05.2025).

⁴ Фонд «Общественное мнение» – независимая социологическая служба, российская некоммерческая организация. См.: ФОМ. URL: <https://fom.ru/> (дата обращения: 18.05.2025).

Понятно, что раньше осуществления практических шагов по реализации подобных проектов, необходимы научные основания для выработки экостандартов медиа и проведение экспертизы медиаресурсов по соответствуанию данным стандартам. В данном контексте стоит назвать ценные практики фильтрации и ранжирования медиаконтента. Есть необходимость в систематизации существующих представлений о безопасном контенте, следует обозначить дальнейшие пути исследования проблем.

Что касается фильтрации медиаконтента, то в настоящее время исследователи отмечают «превалирование экономических интересов медиаиндустрии над социально-гуманистическими» (Грушевская, 2022, с. 396); отмечены такие последствия фильтрации с помощью алгоритмов, как «эхо-камеры, возможности манипулирования общественным мнением на основе микротаргетинга и фальсификации реальности, ограничения выбора, связанные с естественным формированием пузырей фильтров, предвзятой и непрозрачной работой сервисов, диспропорциями медийной и рекламной активности разных социальных групп» (Грушевская, 2022, с. 393).

В отличие от указанной неэкологичной фильтрации существуют практики фильтрации контента с целью повышения безопасности медиасреды, которые применяются при осуществлении родительского контроля. При установке соответствующего программного обеспечения есть возможность блокировать как отдельные части страницы, так и ее целиком при обнаружении вредоносного контента на основе списка запрещенных ресурсов, слов, имен доменов. Настройки поисковых систем позволяют включить безопасный поиск, подобная функция защиты от непристойного контента существует и на YouTube. Технические ограничения в отношении определенных медиаресурсов выступают как педагогически оправданное решение, но такие практики не могут быть полезны для фильтрации контента как меры обеспечения экологичности медиапространства. Речь идет не о принудительном ограничении возможностей пользователя в формировании собственной медиасреды, а о содействии экспертного сообщества в повышении безопасности и экологичности этой среды.

Более адекватной процедурой в этом отношении представляется маркировка, подобная той, которая используется для фильтрации контента по возрастам, так как основная идея заключается не в ограничении доступа, а в предоставлении пользователю дополнительной информации о том, насколько экологичны способы привлечения внимания аудитории, используемые на конкретном ресурсе. Существующая нормативная база, утверждающая процедуры экспертизы контента, организации и финансирования экспертной оценки медиа, аккредитации экспертов, возможность обжалования их мнения, позволяют утверждать, что институт медиаэкспертизы в настоящее время сформирован, однако он не является альтернативным, то есть относится к сфере государственного регулирования, и носит направленный характер, защищая только наиболее уязвимую части аудитории.

Реальным механизмом реализации негосударственного и некоммерческого регулирования медиа представляется процедура ранжирования источников,

подобная той, которая используется на сайте «Медиалогия» на основе индекса цитирования – отдельно в СМИ и в социальных медиа. Такой рейтинг служит свидетельством авторитетности источника и актуальности предоставляемой информации, защищая пользователей от одной из наиболее распространенных угроз в сети – ложной информации. Однако (и это может служить гипотезой специального прикладного исследования) популярность того или иного медиа в профессиональной журналистской среде и обществе далеко не всегда совпадает с представлением о качестве медиа на основе экологических принципов. Дополнение подобных рейтингов оценкой экспертного сообщества вместе с популяризацией экологических представлений о медиа позволит, как видится, обеспечить альтернативное регулирование СМИ.

Значительных успехов в исследовании и мониторинге медиа достигли технологии искусственного интеллекта, с применением которых строятся мощные аналитические инструменты, способные обрабатывать десятки тысяч онлайн-ресурсов. Несмотря на то, что они в большей степени ориентированы на удовлетворение потребностей бизнеса в управлении репутацией компании, они вполне применимы для решения научных задач и проведения социально ориентированных изысканий. Это было показано исследователями НИУ ВШЭ в ходе тестирования мониторинговой системы *Factiva* для изучения репрезентации России в глобальном онлайн-пространстве (Шариков, Потапова, 2023). Опыт применения данного сервиса показывает, что его возможности адекватны задачам определения тональности новостей и оценки механизмов привлечения внимания аудитории, используемые интернет-изданиями (Сабынина, 2023). Учитывая, что нагнетание страхов, сообщение о различных опасностях без указания на пути их преодоления является вредным для реципиента и относится к неэкологичным способам управления вниманием аудитории, *Factiva* можно считать полезным инструментом для выработки экостандартов медиа. При этом необходимо признать, что комплексный анализ интернет-источника, учитывающий различные виды вредоносного контента, такие как дезинформация, искажение, отвлечение, упущение и антигуманистическое направление, а также аффективную манипуляцию и фрейминг, пока не может быть полностью автоматизирован.

Заключение

Анализ технологических, институциональных, научных предпосылок выработки экостандартов для СМИ позволяет утверждать, что на данный момент оснований для инициирования коллективных исследований, направленных на реализацию такой задачи, вполне достаточно. Очевидно, что в рамках одной работы данная проблема решена быть не может, так как разные типы СМИ и разные виды контента требуют различных подходов к стандартизации качества. В первую очередь заслуживают внимания качественные издания, так как в их редакциях выработаны внутренние стандарты, которые в большей или меньшей степени могут быть ориентированы на экологичность ме-

диасреды. Новости как самый потребляемый тип контента уже достаточно хорошо исследованы в аспекте токсичного воздействия на аудиторию, потому в этой сфере экостандартизация кажется наиболее вероятной.

Так или иначе, вопрос о развитии альтернативных институтов регулирования медиа неизбежно встает перед информационным обществом, и поиск объективных оснований такого регулирования можно считать неизбежной задачей современной науки, а идею экостандартизации медиа – одним из путей ее решения.

Список литературы

- Асеева И.А.* Человек и общество в медиаэкосистеме: стратегии адаптации и преадаптации // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2023. Т. 11. № 4(44). С. 76–88. <https://doi.org/10.21685/2307-9525-2023-11-4-8>
- Белкина В.А.* Конвергенция медиаэкосистемы и человека: социально-философский анализ // Научное мнение. 2022. № 12. С. 56–65. https://doi.org/10.25807/22224378_2022_12_56
- Берендеев М.В., Друкер М.М.* Медиаэкология киберпространства как сфера безопасности потребления информации в российской интернет-среде // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2021. Т. 1. № 1(34). С. 109–117. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2021_1_1_109
- Витвинчук В.В.* Акциденции социальности в «токсичном» пространстве современной новостной журналистики // Медиаисследования. 2015. № 2. С. 34–40.
- Волкова И.И., Кемарская И.Н., Лободенко Л.К., Уразова С.Л., Шестеркина Л.П.* Экосистема медиа: цифровые модификации : монография. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2021. 252 с.
- Волкова И.И., Лазутова Н.М.* Медиапоколения цифровой цивилизации: медиахронотоп, архетипы и ценностные доминанты // Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации : монография / под ред. Л.П. Шестеркиной, Л.К. Лободенко. Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2020. С. 79–97.
- Волкова И.И., Лазутова Н.М.* Экранные массмедиа и экология человека: от зачаровывания к присоединению // Вестник Оренбургского государственного университета. 2017. № 12 (212). С. 106–111. <https://doi.org/10.25198/1814-6457-212-106>
- Волкова И.И., Лазутова Н.М.* Этическое и игровое в установках коммуникаторов разных поколений // European Social Science Journal. 2013. № 11-1(38). С. 285–290.
- Глушенко О.А., Гришанин Н.В., Кириллина Н.В.* Экология коммуникации: факторы токсичности в медийных текстах // Коммуникология. 2021. Т. 9. № 4. С. 160–178. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-160-178>
- Гримов О.А.* Паттерны пользовательской активности в медиаэкосистеме: результаты социологического анализа // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2022. № 2. С. 18–32. <https://doi.org/10.17726/philIT.2022.2.2>
- Грушевская В.Ю.* Модель фильтрации информации в социальных медиа // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20. № 3. С. 393–406. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-3-393-406>
- Иванова Е.А.* Медиаэкология и экология интернет-поведения в структуре информационной безопасности // Прикладные цифровые технологии и системы XXI века: экономика, менеджмент, управление персоналом, информационная безопасность, право : материалы III Регион. науч.-практ. конф., Владимир, 15 декабря 2024 г. / ред. А.М. Пегрудова. Владимир : РАНХиГС, 2024. С. 173–178.

- Квяткин П.Д.* Медиаэкология: основные модели поведения в кризисный период // *MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы* : сборник материалов VII Междунар. науч.-практ. конф., Челябинск, 22–24 ноября 2022 г. Челябинск : Челябинский государственный университет, 2022. С. 210–213.
- Колесникова Д.А.* Медиаэкология: стратегии образования в цифровую эпоху // *Менеджмент XXI века: возможности и пределы преобразования университетов* : сб. науч. статей по материалам XVII Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 21–22 ноября 2017 г. СПб. : РГПУ им. А.И. Герцена, 2017. С. 183–187.
- Копылова О.Ю., Федорченко К.Е.* Современная практика применения цифрового аскетизма // *Современные технологии в образовании: актуальные проблемы и тенденции* : материалы Всерос. науч.-теор. конф., Москва, 15–17 июля 2021 г. Ижевск : Восточно-Европейский институт, 2021. С. 205–210.
- Кузякин Д.С.* Экосистемы современных медиа: подходы к проблеме // *Россия и современный мир*. 2023. № 3. С. 273–277. <https://doi.org/10.31249/rsm/2023.03.18>
- Лаврова В.А., Лаврова Е.В.* Представление об опасностях в современной картине мира // *Мировые цивилизации*. 2019. Т. 4. № 3–4. С. 29–34. URL: <https://wcj.world/PDF/08PSMZ319.pdf> (дата обращения: 18.05.2025).
- Милославская З.А.* Медиаобразование и медиаэкология // *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 4. С. 116–118.
- Полонский А.В., Глушкова В.Г.* РКИ и медиаэкология русского слова // *РКИ: лингвометрическая образовательная платформа* : сб. трудов III Междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 24 мая 2024 г. Белгород : Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2024. С. 155–159.
- Розенберг Н.В., Карпова М.К.* Патриотические ценности российской молодежи: факторы трансформации // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2025. Т. 13. № 2. С. 76–90. URL: https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/rozenberg_nv_karpova_mk_2025_2_08.pdf (дата обращения: 18.05.2025).
- Сабынина А.А.* Политические новости в российских и германских федеральных онлайн-СМИ как фактор привлечения внимания аудитории // *Коммуникации. Медиа. Дизайн*. 2023. Т. 8. № 1. С. 62–82.
- Самойлова Т.А.* Проблема ценностей и конфликт поколений // *Молодежь XXI века: образование, наука, инновации* : материалы VIII Всерос. студ. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Новосибирск, 4–6 декабря 2019 г. Ч. 1 / под ред. А.В. Осинцевой. Новосибирск : НГУ, 2019. С. 225–226.
- Степанов В.Н.* Медиаэкология и ее проблемное поле // *Организационная психолингвистика*. 2021. № 3(15). С. 10–31.
- Трофимова С.С.* Медиаэкология как актуальное направление исследований массовой коммуникации // *Реклама, PR и медиа: современное состояние и перспективы развития* : сб. статей VIII Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 13–14 марта 2025 г. СПб. : Астерион, 2025. С. 327–332.
- Турунов Д.М., Ильченко С.Н., Позняк-Ибатуллина А.А.* Игровой стриминг в России и странах ЕС: современное правовое регулирование игровых коммуникаций и векторы его развития // *Глобальный научный потенциал*. 2025. Т. 127. № 7. С. 400–406.
- Черненко Ю.А.* Карточный домик политической реальности // *Наука телевидения*. 2018. Т. 14.1. С. 184–210. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2018-14.1-184-210>
- Шариков А.В., Потапова В.В.* О соотношении сообщений позитивной и негативной тональности на русскоязычных информационных онлайн-ресурсах // *Вестник Академии медиаиндустрии*. 2023. № 2(34). С. 48–64.
- Шарков Ф.И., Юдина Е.Н.* Регулирование отношений в современном медиапространстве // *Коммуникология*. 2013. Т. 1. № 1. С. 36–43.
- Шестерина А.М.* Принципы развития медиаэкологического подхода в контексте современных образовательных практик // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2020. № 3(37). С. 12–17.

- Gilchrist B.* McLuhan in the Digital Marketplace: Media Effects of Online Shopping // Communications. *Media. Design.* 2018. Vol. 3. No. 1. P. 26–46.
- Laskowska M., Marcyński K.* Media Ecology – (Un)necessary Research Perspective in Communication and Media Studies // *Mediatization Studies.* 2019. Vol. 3. P. 53–68. <https://doi.org/10.17951/ms.2019.3.53-68>
- Lekakis E.* Alternative media ecology and anti-austerity documentary: The #greekdocs archive // *Journal of Alternative & Community Media.* 2017. Vol. 2. No. 1. P. 28–44. https://doi.org/10.1386/joacm_00030_1
- Weitkamp E., Milani E., Ridgway A., Wilkinson C.* Exploring the digital media ecology: insights from a study of healthy diets and climate change communication on digital and social media // *Journal of Science Communication.* 2021. Vol. 20. No. 3. Article A02. <https://doi.org/10.22323/2.20030202>

References

- Aseeva, I.A. (2023). Human and society in the media ecosystem: adaptation and preadaptation strategies. *Electronic Scientific Journal “Science. Society. State”, 11(4)*, 76–88. (In Russ.) <https://doi.org/0.21685/2307-9525-2023-11-4-8>
- Belkina, V.A. (2022). Convergence of the media ecosystem and man: socio-philosophical analysis. *Nauchnoe Mnenie,* (12), 56–65. (In Russ.) https://doi.org/10.25807/22224378_2022_12_56
- Berendeev, M.V., & Drucker, M.M. (2021). Mediaecology of cyberspace as a sphere of information consumption security in the Russian Internet environment. *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev, 1(1)*, 109–117. (In Russ.)
- Chernenko, Yu.A. (2018). The “House of Cards” of political reality. *The Art and Science of Television, 14.1*, 184–210. (In Russ.) <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2018-14.1-184-210>
- Gilchrist, B. (2018). McLuhan in the digital marketplace: Media effects of online Shopping. *Communications. Media. Design,* 3(1), 26–46.
- Glushchenko, O.A., Grishanin, N.V., & Kirillina, N.V. (2021). Ecology of communication: The toxicity factors in media. *Communicology, 9(4)*, 160–178. (In Russ.) <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2021-9-4-160-178>
- Grimov, O.A. (2022). The patterns of users’ activity in the media ecosystem: The results of sociological analyses. *Philosophical Problems of IT & Cyberspace (PhilIT&C), (2)*, 18–32. (In Russ.) <https://doi.org/10.17726/philIT.2022.2.2>
- Grushevskaya, V.Yu. (2022). The information filtering model in social media. *The Journal of Social Policy Studies, 20(3)*, 393–406. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-3-393-406>
- Ivanova, E.A. (2024). Media ecology and ecology of Internet behavior in the structure of information security. In A.M. Peregudova (Ed.), *Applied Digital Technologies and Systems of the XXI Century: Economics, Management, Personnel Management, Information Security, Law: Proceedings of the III Regional Scientific and Practical Conference, December 15, 2024, Vladimir* (pp. 173–178). Vladimir: Presidential Academy Publ. (In Russ.)
- Kolesnikova, D.A. (2017). Media ecology: Strategies of education in digital era. In *Management of the 21st Century: Possibilities and Limits of Universities Transformation: Collection of Scientific Articles, Materials of the XVII International Scientific and Practical Conference, November 21–22, 2017, Saint Petersburg* (pp. 183–187). Saint Petersburg: Herzen University Publ. (In Russ.)
- Kopylova, O.Yu., & Fedorchenko K.E. (2021). Modern practice of applying digital asceticism. In *Modern Technologies in Education: Current Problems and Trends: Proceedings of the All-Russian Scientific and Theoretical Conference, July 15–17, 2021, Moscow* (pp. 205–210). Izhevsk: East European Institute Publ. (In Russ.)

- Kuzyakin, D.S. (2023). Ecosystems of modern media: approaches to the problem. *Russia and the Contemporary World*, (3), 273–277. (In Russ.) <https://doi.org/10.31249/rsm/2023.03.18>
- Kvetkin, P.D. (2022). Mediaecology: main models of behavior in a crisis period. *MEDIA Education: Digital Environment under Forced Transformation: Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference, November 22–24, 2022, Chelyabinsk* (pp. 210–213). Chelyabinsk State University Publ. (In Russ.)
- Laskowska, M., & Marcyński, K. (2019). Media ecology – (Un)necessary research perspective in communication and media studies. *Mediatization Studies*, 3, 53–68. <https://doi.org/10.17951/ms.2019.3.53-68>
- Lavrova, V.A., & Lavrova, E.V. (2019) An understanding of the dangers in the modern picture of the world. *World Civilizations*, 4(3-4), 29–34. (In Russ.) <https://wcj.world/PDF/08PSMZ319.pdf>
- Lekakis, E. (2017). Alternative media ecology and anti-austerity documentary: The #greekdocs archive. *Journal of Alternative & Community Media*, 2(1), 28–44. https://doi.org/10.1386/joacm_00030_1
- Miloslavskaya, Z.A. (2020). Media education and media ecology. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, (4), 116–118. (In Russ.)
- Polonsky, A.V., & Glushkova, V.G. (2024). RKI and media ecology of the Russian word. In *RKI: Linguomethodological Educational Platform: Collection of Papers of the International Scientific and Practical Conference, May 24, 2024, Belgorod* (pp. 155–159). Belgorod State University Publ. (In Russ.)
- Rozenberg, N.V., & Karpova, M.K. (2025). Patriotic values of Russian youth: Factors of transformation. *Electronic Scientific Journal “Science. Society. State”*, 13(2), 76–90. (In Russ.) https://esj.pnzgu.ru/files/esj.pnzgu.ru/rozenberg_nv_karpova_mk_2025_2_08.pdf
- Sabynina, A.A. (2023). Political news in Russian and German federal online media as a factor in attracting audience attention. *Communications. Media. Design*, 8(1), 62–82. (In Russ.)
- Samoilova, T.A. (2019). The problem of values and the conflict of generations. In A.V. Osintseva (Ed.), *Youth of the XXI Century: Education, Science, Innovation. Proceedings of the VIII All-Russian Student Scientific and Practical Conference with International Participation, December 4–6, 2019, Novosibirsk* (Part 1, pp. 225–226). Novosibirsk State University Publ. (In Russ.)
- Sharikov, A.V., & Potapova, V.V. (2023). On the ratio of positive and negative tone messages on Russian-language online information resources. *Bulletin of the Academy of Media Industry*, (2), 48–64. (In Russ.)
- Sharkov, F.I., & Yudina, E.N. (2013). Regulation of relations in the modern media space. *Communicology*, 1(1), 36–43. (In Russ.)
- Shesterina, A.M. (2020). Principles of development of the mediaecological approach in the context of modern educational practices. *Znak: Problemnoe Pole Mediaobrazovaniya*, (3), 12–17. (In Russ.)
- Stepanov, V.N. (2021). Media ecology and its problematic field. *Organizational Psycholinguistics*, (3), 10–31. (In Russ.)
- Trofimova, S.S. (2025). Media ecology as a current direction of mass communication research. In *Advertising, PR and Media: Current State and Development Prospects: Collection of Articles of the VIII International Scientific and Practical Conference, March 13–14, 2025, Saint Petersburg* (pp. 173–178). Saint Petersburg: Asterion Publ. (In Russ.)
- Turunov, D.M., Ilchenko, S.N., & Poznyak-Ibatulina, A.A. (2025). Game streaming in Russia and the EU: Current legal regulation of gaming communications and its development vectors. *Global Scientific Potential*, 172(7), 400–406. (In Russ.)
- Vitvinchuk, V.V. (2015). Accidents of sociality in the “toxic” space of modern news journalism. *Mediaissledovaniya*, (2), 34–40. (In Russ.)
- Volkova, I.I., Kemarskaya, I.N., Lobodenko, L.K., Urazova, S.L., & Shesterkina, L.P. (2021). *Media Ecosystem: Digital Modifications: Monograph*. Chelyabinsk: South Ural State University Publ. (In Russ.)

- Volkova, I.I., & Lazutova, N.M. (2013). Communicators of various generations: “Ethics” and “Play” notions interpretation. *European Social Science Journal*, 38(11-1), 285–290. (In Russ.)
- Volkova, I.I., & Lazutova, N.M. (2020). Media generations of digital civilization: Media chronotope, archetypes and value dominants. In L.P. Shesterkina, L.K. Lobodenko (Eds.), *Media Communications and Internet Marketing in the Context of Digital Civilization: Monograph* (pp. 79–97). Chelyabinsk: South Ural State University Publ. (In Russ.)
- Volkova, I.I., & Lazutova, N.M. (2017). Screen media and human ecology: From charming to joining. *Vestnik Orenburg State University*, (12), 106–111. (In Russ.) <https://doi.org/10.25198/1814-6457-212-106>
- Weitkamp, E., Milani, E., Ridgway, A., & Wilkinson, Cl. (2021). Exploring the digital media ecology: Insights from a study of healthy diets and climate change communication on digital and social media. *Journal of Science Communication*, 20(3), A02. <https://doi.org/10.22323/2.20030202>

Сведения об авторах:

Трофимова Светлана Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиа-коммуникаций и рекламы, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Российская Федерация, 190020, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а. ORCID: 0009-0007-9802-5781; SPIN-код: 6140-9488. E-mail: s.trofimova@spbacu.ru

Позняк-Ибатуллина Анна Альфредовна, эксперт по медиаправу, преподаватель кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет, Российский университет дружбы народов, Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6. ORCID: 0009-0001-4833-0610; SPIN-код: 3522-2720. E-mail: 1032198690@pfur.ru

Bio notes:

Svetlana S. Trofimova, PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Media Communications and Advertising, St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, 44a Lermontovsky Ave, Saint Petersburg, 190020, Russian Federation. ORCID: 0009-0007-9802-5781; SPIN-code: 6140-9488. E-mail: s.trofimova@spbacu.ru

Anna A. Poznyak-Ibatulina, Expert in Media Law, Lecturer of the Department of Mass Communications, Faculty of Philology, RUDN University, 6 Miklukho-Maklaya St, Moscow, 117198, Russian Federation. ORCID: 0009-0001-4833-0610; SPIN-code: 3522-2720. E-mail: 1032198690@pfur.ru