

УДК 070

**Гасанов Н.А.**

*Санкт-Петербургский государственный университет  
199034, г. Санкт-Петербург, ул. Университетская набережная, д. 7/9, Российская Федерация*

## СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ СМИ

**Аннотация.** В статье рассматривается практика современных СМИ в медиатизации социальных проблем с помощью интерактивных технологий. Проанализированы исследования, посвящённые актуализации социальных противоречий в СМИ, а также проведён мониторинг социальной проблематики в интерактивных проектах СМИ. Представлены результаты шести проведённых фокус-групп, которые продемонстрировали характер и степень доверия аудитории к интерактивным проектам. На основе исследования выявлены существенные различия в отношении к социально-значимой проблематике, связанные с интерактивным или неинтерактивным характером медиасреды.

**Ключевые слова:** интерактивные технологии, медиатизация, социальные противоречия, социальная журналистика, социальное неравенство.

**N. Gasanov**

*Saint Petersburg State University  
7/9, University quay st., Saint. Petersburg, 199034, Russian Federation*

## SOCIAL ISSUES IN THE CONTEXT OF INTERACTIVE MEDIA TECHNOLOGIES

**Abstract.** The article explores modern practice of mass media in mediatization of social issues by using interactive technologies. Social studies devoted to the updating of social conflicts in the media are analyzed. Social issues in interactive media projects are monitored. The results of six focus groups demonstrate the nature and degree of the audience's confidence in interactive projects. The study reveals significant differences in the attitude to the socially significant issues related to interactive or non-interactive nature of the media environment.

**Keywords:** interactive technology, mediatization, social contradictions, social journalism, social inequality.

### ВВЕДЕНИЕ

Новые формы взаимодействия журналистов, аудитории и власти, опосредованные интерактивными технологиями в Интернете, оказывают влияние на характер актуализации социальной проблематики в медиaprостранстве. Активное вовлечение аудитории и гражданских журналистов в конструирование социальной повестки приводит к формированию новой картины со-

циальных противоречий, отличной от создаваемой в традиционных СМИ.

Выстраивание коммуникаций между обществом и властью при посредничестве новых медиа по поводу социально значимых проблем является актуальным для анализа, поскольку представляет собой неисследованный феномен институциональной среды. В ходе этого процесса возникают как позитивные, так и негативные эффекты конструирования социальной повестки: одни проблемы и противоречия доминируют в медиaprостранстве, другие предаются замалчиванию или нейтрализуются, третьи переходят в статус маргинальных.

Как отмечают исследователи, интерактивные масс-медиа могут рассматриваться в качестве социального инструмента, обеспечивающего осуществление диалога государства и общества лишь в той мере, в какой они способны стимулировать общество к инициированию осмыслённых социальных коммуникаций и активному в них участию [8].

### СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОТИВОРЕЧИЯ В ОТРАЖЕНИИ СМИ

Понятие «социальные противоречия» активно разрабатывалось в советском обществознании. В современной науке социальные противоречия рассматриваются в различных ракурсах, определяющихся, как правило, основными значениями термина «социальное» [11; 13; 14]. Рассмотрим три основных ракурса определения социальных противоречий.

Во-первых, речь идёт о противоречиях между обществом и природой. Наиболее распространённым пониманием являются противоречия между деятельностью человека по изменению окружающей среды и результатами этой деятельности, т. е. широкий спектр экологической проблематики [18].

Во-вторых, социальные противоречия рассматриваются как противоречия между социальными классами, стратами или слоями. Особенностью этой группы противоречий является их укоренённость в основаниях различных систем социальной стратификации, закрепляющих социально-стративные различия [10].

В-третьих, социальные противоречия понимаются в более широком контексте, как субкультурные, межрелигиозные и межэтнические, социально-демографические и другие противоречия между различными социальными группами.

В настоящей статье мы ограничиваемся анализом социальных противоречий как существенного элемента механизма генерации социально значимых проблем. В рамках определения теоретико-методологических подходов к предмету исследования важно выявить именно особенности осознания социальных противоречий и вовлечённости их в общественную дискуссию. Этот процесс можно определить как «проблематизацию социальных противоречий»,

т. е. превращение существующих, но не всегда осознаваемых противоречий в социально значимую проблему, вызывающую общественный интерес.

Связь между социальными противоречиями и их рефлексией в генерировании социально-значимых проблем хорошо прослеживается на примере анализа такого актуального для современного российского общества феномена, как социальная поляризация [13]. Её истоками являются социальные противоречия, выраженные в высоком уровне социальной дифференциации различных групп. Однако сама поляриность проявляется не столько в этих противоречиях, сколько в реальном противостоянии социальных групп друг другу, т. е. в их взаимодействии, определяющемся противоположными интересами и установками поведения, усилением ценностных различий, ростом социальной напряжённости.

В анализе проблематизации социальных противоречий следует учитывать их политическую рефлексию, которая имеет как индивидуально-психологическую, так и внешне-символическую сторону. В методологическом плане соотношение этих двух сторон может быть описано на основе работ П.А. Сорокина. «Каждый из бесчисленных психических процессов, возникающих между двумя или большим числом членов общения, при своем переходе от одного субъекта к другим необходимо должен пройти через этап «овеществления» или символизирования», – писал П.А. Сорокин [15, с. 50]. Этот этап символизирования обеспечивает необходимую тождественность психологической рефлексии, которая, в свою очередь, обеспечивает основания коллективного действия.

Современные социологические исследования предлагают разные результаты анализа текущих социальных противоречий в обществе. А.Г. Дугин выделил, но не подтвердил эмпирическими данными набор ключевых проблем: сокращение населения, материальное неравенство, межэтнические конфликты, обрыв связи между регионами, экологические вызовы, интеграция молодежи и образование, трудоустройство молодежи, молодая семья и жилье, коррупция, кризис идентичности [6]. М.Н. Руткевич делает вывод о том, что ключевым противоречием современного общества является противоречие между господствующим классом и людьми наёмного труда [12]. Е.Н. Байкова уточняет, что в социально-трудовой сфере современного российского общества одним из наиболее острых противоречий является противоречие между стремлением предпринимателей к максимизации прибыли и их недостаточным вниманием к совершенствованию качества рабочей силы, сохранению и приумножению человеческого капитала [2].

В то же время медиаисследования фиксируют иную картину социальной реальности. Исследователь Л.И. Белова представила рейтинг социальных проблем по частоте освещения в СМИ по мнению респондентов: межнацио-

нальные конфликты, терроризм, коррупция, преступность, высокий уровень ДТП, алкоголизм, агрессия подростков, беспризорные дети, экологические проблемы, другое [3]. М.А. Бережная и С.Г. Корконосенко провели исследование проблемы социальных неравенств в представлении СМИ и в представлении аудитории. Они заключили, что СМИ либо избегают освещения материальных и этнических неравенств, либо рассматривают её вне того реального общественного контекста, в котором возможна конструктивная работа над её решением [4]. Т.П. Емельянова и Т.В. Дробышева рассмотрели представления о бедности в медиадискурсе, показав, что массовый дискурс по трактовкам бедности в популярных изданиях отличается от интерпретаций, содержащихся в представлениях социальных групп малоимущих граждан [7].

### ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ В ИНТЕРАКТИВНОЙ МЕДИАСРЕДЕ

Разрыв между реальностью медийной и реальностью социальной осмысляется также в комплексе работ, посвященных «сетевому фронтиру», пограничному пространству, в котором «новые формы электронной коммуникации приводят к формированию новых форм социальных групп и сообществ» [5, с. 107]. Современные интерактивные медиа позволяют вовлекать в процесс обсуждения проблематики социальных противоречий неограниченное количество участников. В интерактивной медиасреде активная роль инициатора дискурса проблематизации будет переходить не только от первого ко второму участнику, но и от второго к последующим. В этом процессе обмена мнениями, информацией и аргументами его субъекты будут попеременно выступать в ролях активных коммуникаторов и реципиентов информации и мнений других. Сама процедура обмена социально и политически значимой информацией представляет существенную ценность в разрешении противоречий и углублении взаимопонимания.

В этом состоит существенное отличие интерактивных медиа от классических медиа, в которых роли участников коммуникации строго фиксированы. Интерактивные медиа порождают принципиально новые возможности для коллективных действий, направленных на решение выявляемых в этом процессе социально-значимых проблем. На местном уровне интерактивные проекты СМИ оказывают оперативное и действенное влияние на социальную среду. Поэтапное развитие интерактивных проектов, вовлечение в них властных структур, на наш взгляд, соответствуют делению на этапы развития « сетевого фронтира » [9].

По итогам журналистского хакатона<sup>1</sup> 2013 г. федеральные редакции подготовили значимые проекты, основанные на собранных открытых дан-

---

<sup>1</sup> Хакатон, прошедший в ноябре 2013 г. в пресс-центре РИА Новости, — этап мирового соревнования Editors Lab, посвященного использованию открытых данных (big data) в СМИ. Участие принимали команды, состоящие из дизайнеров, программистов и редакторов.

ных. Десятка крупнейших продемонстрировала использование традиционных интерактивных сервисов (табл. 1)[1]. Половина представляет собой интерактивные карты, два теста и калькулятор, что также предполагает активное вовлечение аудитории. В меньшей степени на интерактивное взаимодействие направлены графические продукты.

Таблица 1

**Классификация проектов хакатона по типу использованного интерактивного сервиса**

Название проекта и СМИ	Суть проекта	Тип интерактивного сервиса
Пульс (Большой город)	Геомониторинг активности москвичей на основе «чекинов» пользователей социальной сети «ВКонтакте».	карта
«Где в России жить хорошо» («Аргументы и факты»)	Сравнение городов по различным критериям для желающих переехать.	тест
«Эмоциональный фон твиттера» («Меркатор»)	Результаты анализа профилей в русскоязычном твиттере (количество позитивных и негативных слов в постах).	динамичный график
«Из Москвы. Россия большая, куда вам переехать?» («Московские новости»)	Сравнение городов по различным критериям для желающих переехать.	инфографика
«Закредитованность населения в России» (агентство экономической информации «Прайм»)	Анализ кредитных задолженностей по регионам с 2010 года.	Карта и таймлайн
«2013–2030: как нефть повлияет на зарплату» (РБК)	График зависимости зарплат россиян от цен на нефть марки Urals с 2008 по 2013 гг.	калькулятор
«Биографии России» («Российская газета»)	Программа сравнивает данные пользователя с его сверстниками в том или ином регионе и выдает небольшое предсказание, основанное на статистических данных.	тест
«Молоко за вредность» («РИА Рейтинг»)	Анализ экологической ситуации в регионах России в сравнении с экономическими параметрами.	карта
«Порядочное государство. Детские сады» («Татар-информ»)	Интерактивная тепловая карта обеспеченности детскими садами в Татарстане.	карта
Changing Russia («Эсквайр»)	Восприятие России в мире на основе статей англоязычной Википедии.	карта

## МЕДИАТИЗАЦИЯ ПРОТИВОРЕЧИЙ В ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Медиатизация социально значимой проблемы может проявляться в различных аспектах: как мобилизация различных социальных групп и слоёв, затронутых данной проблемой; как превращение проблемы в предмет внимания публичной власти; как политизация проблемы, превращение её в предмет политической борьбы. Во всех перечисленных вариантах происходит проникновение проблемы в публичное пространство медиасферы, в противном случае существует опасность блокирования процесса медиатизации проблемы и внесения её в повестку дня.

Социально значимая проблема, таким образом, представляет собой социальную конструкцию, которая определённым образом идентифицируется как потенциальный предмет публичных действий. «Несмотря на пресловутый абсентеизм, атомизацию общества, гражданскую разобщённость и эскапизм, сообщества социальных сетей стремительно политизируются и хорошо показывают механизмы сборки новых политических идентичностей» [16, с. 65; 17]. Мы выделяем две группы факторов проблематизации социальных противоречий и медиатизации социально-значимых проблем: 1) факторы, связанные с логикой функционирования медиасферы, 2) факторы гражданской самоорганизации.

Чтобы выявить различия в медиаконструировании социально значимых проблем, в 2011–2013 гг. была проведена серия фокусированных групповых интервью. Респонденты были разделены по типу медийной активности, а также по второстепенным для данного исследования социально-демографическим признакам. Отбор респондентов для участия в фокусированных интервью происходил случайным образом, а их распределение по группам осуществлялось на основании предварительного анкетирования, в рамках которого уточнялось наличие у респондентов в персональном доступе компьютера и доступа к Интернету, а также регулярность и цели пользования Интернетом. К интерактивному типу медиа-активности были отнесены респонденты, у которых в большинстве случаев среди всех возможных источников информации на первом месте оказывается Интернет.

Всего было проведено шесть фокус-групп с численностью от 9 до 12 респондентов в каждой.

В ходе исследования были выявлены существенные различия в отношении к социально-значимой проблематике, конструируемой, соответственно, в интерактивной и неинтерактивной медиасредах. В частности, в рамках изучения телеаудитории на предмет освещения в телепередачах таких проблем, как семейное насилие, ликвидация последствий лесных пожаров и наводнений, была выявлена относительно высокая степень равно-

душия к ним и нежелание участвовать в их разрешении. Среди причин участники фокус-групп назвали следующие:

- эта проблематика не является значимой и привлекает неоправданно большое внимание в ущерб другим проблемам;
- обсуждаемая проблема не имеет решения, или, по крайней мере, оно не зависит от усилий отдельных людей;
- пострадавшие сами виноваты, их страдания – результат справедливого возмездия;
- в настоящее время слишком много подобных проблем, и каждому следует сосредоточиться на решении своих собственных;
- доверие к средствам массовой информации подорвано, а обсуждаемая проблематика имеет опосредованное отношение к действительности.

Таким образом, результаты фокус-групп подтверждают гипотезу о том, что респонденты, которые изначально не имели положительного настроения в отношении жертв той или иной проблемы, под влиянием повторения информации о проблеме в медиасфере приобретают более устойчивое отрицательное отношение как к жертвам проблемы, так и к обсуждению самой проблемной ситуации. Уровень социальной анемии возрастает.

Другая часть респондентов, которая изначально относилась к жертвам проблемной ситуации с состраданием, демонстрирует более разнообразную эволюцию своего отношения к этой проблеме: от потери интереса до фрустрации, потери чувствительности и апатии. Несколько реже среди изначально положительно настроенных участников фокус-групп наблюдался рост эмпатического отношения к пострадавшим и желания оказать помощь. Однако и в этом случае получение новой негативной информации приводило к снижению чувствительности к проблеме. Вину за свой выбор в пользу стратегии уклонения респонденты часто возлагали на тележурналистов и власть.

Иные результаты получены в фокус-группах, объединивших респондентов, медийная активность которых ориентирована на интерактивные медиа. В оценке социально-значимой проблематики они реже ссылаются на мнение авторитетных источников и чаще оперируют категорией «интерес для меня».

Второе различие состоит в ориентации пользователей интерактивных медиа на технологизацию разрешения социально значимой проблематики. Это выражается, в частности, в положительной оценке респондентами тех интерактивных проектов, которые были направлены на самоорганизацию граждан в решении социально-значимых проблем, и, напротив, в негативной оценке ограниченного использования интерактивных медиа органами власти.

И третье различие состоит в особенностях структур доверия респондентов, ориентированных на интерактивные медиа. К информации, распространяемой интерактивными медиа, наблюдается более высокий уровень доверия, хотя общий уровень критического отношения к информации у респондентов, ориентированных на интерактивные медиа, выше, чем у тех, кто ориентирован на традиционные медиа. Соответственно, относительно высоким оказывается доверие к другим пользователям, находящимся с респондентами в одних группах, организованных в социальных сетях. Свой сравнительно высокий кредит доверия респонденты объясняют общностью интересов, положительным опытом взаимодействий и наличием стабильных правил и процедур, позволяющих блокировать активность нарушителей.

Проведённые фокус-группы, таким образом, подтверждают тезис о том, что конструирование социально значимой проблематики в интерактивных медиа будет обладать более выраженными антропоцентризмом и гуманизмом, поскольку это вполне естественно для такого рода среды.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

– Медиаисследования, посвященные проблематике социальных противоречий, сосредоточены преимущественно на теме социального неравенства как ключевом противоречии современного российского общества.

– Интерактивные проекты в медиасреде посвящены широкому спектру социальных проблем и объединены единой задачей по сокращению дистанции в обратной связи власти и общества. Часть проектов демонстрируют партнерство государства и СМИ в области технологизации этой обратной связи.

– Уровень доверия аудитории к интерактивным проектам, как показали фокус-группы, выше, чем к традиционным СМИ благодаря ощущению солидарности и идентичности с другими активными пользователями сети, которые включаются в создание интерактивного контента.

### ЛИТЕРАТУРА

1. 10 лучших проектов хакатона. Спецпроект «МН» [Электронный ресурс] // Московские новости. 2003. 20 нояб: [сайт]. URL: <http://www.mn.ru/society/88677> (дата обращения: 10.01.2017).

2. Байкова Е.Н. Социальные противоречия в современном российском обществе: автореф. дисс. ... канд. социол. наук. М., 2006. 29 с.

3. Белова Л.И. Конструирование образа бедности современными СМИ (социологический аспект) // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). Вып. 94. С. 58–64.



4. Бережная М.А., Корконосенко С.Г. Социальные неравенства: подходы СМИ и ожидания общества // Век информации. Медиа в современном мире – Петербургские чтения: материалы 54-го международного научного форума, СПб., 22-24 апреля 2015 г. СПб.: Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2015. С. 32–35.
5. Довбыш Е.Г. Электронный фронт как метафора // Журнал Фронтальных Исследований. 2016. № 1. С. 100–115.
6. Дугин А.Г. Послесловие. Основные социальные проблемы современно-го общества России и пути их решения [Электронный ресурс] // Обществоведение для граждан Новой России: [сайт]. URL: <http://konservatizm.org/konservatizm/books/040910180620.xhtml> (дата обращения: 10.01.2017).
7. Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Конструирование социальных проблем в СМИ и в представлениях граждан (на примере бедности) [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2015. Том 8. № 39: [сайт]. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n39/1085-emelyanova39.html> (дата обращения: 10.01.2017).
8. Зуева Е.А. Трансформация социального института прессы в условиях развития интерактивных масс-медиа: автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2004. 29 с.
9. Морозова Е., Мирошниченко И., Рябченко Н. Фронт сетевых обществ // Мировая экономика и международные отношения. 2016. Т. 60. № 2. С. 83–97.
10. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Наука, 1995. 237 с.
11. Руткевич М.Н. Макросоциология: методологические очерки. М.: ИФ РАН, 1995. 183 с.
12. Руткевич М.Н. Основное социальное противоречие современного российского общества // Социологические исследования. 2001. № 4. С. 49–60.
13. Руткевич М.Н. Социальная поляризация // Социологические исследования. 1992. № 7. С. 3–16.
14. Руткевич М.Н. Социальные противоречия современного российского общества. М.: ИСПИ РАН, 2001. 248 с.
15. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонова. М.: Политиздат, 1992. 543 с.
16. Федорченко С.Н. Глобальное исследование политизации социальных сетей // Обозреватель-Observer, 2016. № 8 (319). С. 57–67.
17. Федорченко С.Н., Лымарь Е.М., Федорченко Л.В. Итоги глобального исследования политизации социальных сетей // Стратегическая стабильность. 2016. № 4 (77). С. 69–73.
18. Экологическая журналистика: сб. стат. / ред., сост. А.В. Давыдова, А.С. Смолярова. СПб.: СПбГУ, 2011. 128 с.

#### REFERENCES

1. 10 luchshikh proektov khakatona. Spetsproekt «MN» [Elektronnyi resurs] [10 Best Projects of the Hackathon. Special Project of “MN” [E-source]]. *Moskovskie novosti* 2003. 20 noyab.: [sait] [Moscow News 2003, November 20: [website]]. Available at: <http://www.mn.ru/society/88677> (request date 10.01.2017).

2. Baikova E.N. *Sotsial'nye protivorechiya v sovremennom rossiiskom obshchestve: avtoref. diss. ... kand. sotsiol. nauk* [Social Contradictions in Modern Russian Society: Abstract of Thesis PhD ... in Sociological Sciences]. M., 2006. 29 p.

3. Belova L.I. Konstruirovaniye obraza bednosti sovremennymi SMI (sotsiologicheskii aspekt) [The Construction of an Image of Poverty in Contemporary Media (Sociological Aspect)]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie* [Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Arts], 2015, no. 5 (360)? iss. 94, pp. 58–64.

4. Berezhnaya M.A., Korkonosenko S.G. *Sotsial'nye neravenstva: podkhody SMI i ozhidaniya obshchestva* [Social Inequality: Approaches to Media and Society]. *Vek informatsii. Media v sovremennom mire – Peterburgskie chteniya : materialy 54-go mezhdunarodnogo nauchnogo foruma*, SPb., 22-24 aprelya 2015 g. [Information Age. Media in the Modern World – St. Petersburg Readings: Materials of the 54<sup>th</sup> Scientific International Forum, SPb., April 22-24, 2015]. SPb., Vyssh. shk. zhurn. i mass. kommunikatsyi, 2015, pp. 32–35.

5. Dovbysh E.G. *Elektronnyi frontir kak metafora* [Electronic frontier as a metaphor]. *Zhurnal Frontirnykh Issledovaniy* [Journal of Frontier Studies], 2016, no. 1, pp. 100–115.

6. Dugin A.G. Posleslovie. Osnovnye sotsial'nye problemy sovremennogo obshchestva Rossii i puti ikh resheniya [Afterword. The Main Social Problems of Modern Society in Russia and Ways of their Solution [E-source]]. *Obshchestvovedenie dlya grazhdan Novoi Rossii*: [sait][Social Studies for Citizens of New Russia : [website]]. Available at: <http://konservatizm.org/konservatizm/books/040910180620.xhtml> (request date 10.01.2017).

7. Emel'yanova T.P., Drobysheva T.V. Konstruirovaniye sotsial'nykh problem v SMI i v predstavleniyakh grazhdan (na primere bednosti) [Electronnyi resurs] [Construction of Social Problems in the Media and in the Representations of Citizens (on the Example of Poverty) [E-source]]. *Psikhologicheskie issledovaniya*. 2015. T. 8. № 39: [sait] [Psychological Research, 2015, vol. 8, no. 39: [website]], Available at: <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n39/1085-emelyanova39.html> (request date 10.01.2017).

8. Zueva E.A. Transformatsiya sotsial'nogo instituta pressy v usloviyakh razvitiya interaktivnykh mass-media: avtoref. diss. ... kand. sotsiol. nauk [The Transformation of the Social Institution of Press in the Development of Interactive Media: Abstract of Thesis PhD in Sociological Sciences]. Rostov-on-Don, 2004. 29 p.

9. Morozova E., Miroshnichenko I., Ryabchenko N. *Frontir setevogo obshchestva* [Frontier network society]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya* [World Economy and International Relations], 2016, vol. 60, no. 2, pp. 83–97.

10. Radaev V.V., Shkaratan O.I. *Sotsial'naya stratifikatsiya* [Social Stratification]. M., Nauka, 1995. 237 p.

11. Rutkevich M.N. *Makrosotsiologiya: metodologicheskie ocherki* [Macrosociology: Methodological Essays]. M., Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences Publ., 1995. 183 p.

12. Rutkevich M.N. Osnovnoe sotsial'noe protivorechie sovremennogo rossiiskogo obshchestva [The Main Social Contradiction of Modern Russian Society]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 2001, no. 4, pp. 49–60.

13. Rutkevich M.N. *Sotsial'naya polarizatsiya* [Social Polarization]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 1992, no. 7, pp. 3–16.

14. Rutkevich M.N. *Sotsial'nye protivorechiya sovremennogo rossiiskogo obshchestva* [Social Contradictions of the Modern Russian Society]. M., Institute of Social and Political Studies of the Russian Academy of Sciences Publ., 2001. 248 p.

15. Sorokin P.A. *Chelovek. Tsvivilizatsiya. Obshchestvo* [People. Civilization. Society]. M., Politizdat, 1992. 543 p.

16. Fedorchenko S.N. *Global'noe issledovanie politizatsii sotsial'nykh setei* [A global study of the politicization of social networking]. *Obozrevatel'-Observer* [Observer], 2016, no. 8 (319), pp. 57–67.

17. Fedorchenko S.N., Lymar' E.M., Fedorchenko L.V. *Itogi global'nogo issledovaniya politizatsii sotsial'nykh setei* [The results of a global study of the politicization of social networking]. *Strategicheskaya stabil'nost'* [Strategic stability], 2016, no. 4(77), pp. 69–73.

18. *Ekologicheskaya zhurnalistika: sb. stat.* [Environmental Journalism: Collection of Articles]. St. Petersburg, St. Petersburg University Publ., 2011. 128 p.



#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

*Гасанов Нариман Арифович* – соискатель кафедры международной журналистики Санкт-Петербургского государственного университета; руководитель проектов ЗАО «ЦАФА «Гермес»;

e-mail: [inter@jf.pu.ru](mailto:inter@jf.pu.ru).

*Gasanov Nariman A.* – Competitor of Department of International Journalism, St. Petersburg State University; Project Department Manager, ZAO CAFA Germes;

e-mail: [inter@jf.pu.ru](mailto:inter@jf.pu.ru).



#### ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / THE CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Гасанов Н.А. Социальная проблематика в контексте интерактивных технологий СМИ // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 1. URL: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru)

Gasanov N.A. Social Issues in the Context of Interactive Media Technologies. Bulletin of Moscow Region State University (e-journal), 2017, no. 1. URL: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru)