



DOI: 10.24290/1029-3736-2024-30-1-53-71

МЕДИАТИЗАЦИЯ СФЕРЫ ЗДОРОВЬЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ НОВЫХ МЕДИА: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА*

А.В. Лядова, канд. социол. наук, доц. кафедры современной социологии социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234**

В статье представлен обзор основных направлений социологического дискурса о медиатизации здоровья под влиянием новых медиа. Отмечая, что вопросы воздействия традиционных средств массовой коммуникации на установки и поведение в отношении здоровья достаточно разработаны в отечественном исследовательском поле, автор акцентирует внимание на значимости обращения к проблемам социального конструирования здоровья молодежи в эпоху цифровых медиа. Это вызвано активной “хабитулизацией” цифровых технологий, вследствие чего они выступают для молодежи как основные источники и генераторы социального знания о здоровье, рисках ему и практиках здоровьесбережения. По результатам обзора релевантных публикаций выделены особенности социологического дискурса и обозначены исследовательские перспективы в разработке данной темы. Также в работе обоснована необходимость поиска адекватных подходов для анализа происходящих изменений и их изучения. По мнению автора, перспективной теоретико-методологической рамкой является концепция медиатизации немецких социологов Ф. Кротца и А. Хеппа. На ее основе в работе представлены определение медиатизации сферы здоровья и ключевые аспекты ее изучения.

Ключевые слова: медиатизация, медиатизация здоровья, новые медиа, социальное конструирование здоровья, цифровизация.

* Лядова Анна Васильевна, e-mail: annaslm@mail.ru

** Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда, грант № 23-28-01081, <https://rscf.ru/project/23-28-01081/>

MEDIATIZATION OF YOUTH HEALTH IN THE AGE OF NEW MEDIA: THE MAIN TRENDS IN SOCIOLOGICAL DISCOURSE

Liadova Anna V., PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Contemporary Sociology, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: annaslm@mail.ru

The article deals with digital mediatization of health in the sociological discourse and its main directions. Noting that the issues of the impact of traditional media on health attitudes and behavior have been sufficiently developed in the domestic research field, the author focuses on the importance of the elaboration of the problems of social construction of youth health in the era of digital media. This is caused by the active “habitualization” of digital technologies, as a result of which they act for young people as the main sources and generators of social knowledge about health, its risks and health-saving practices. Based on the results of a review of relevant publications, the features of sociological discourse are highlighted and research prospects in the development of this topic are defined. The author also puts attention to the necessity of using adequate approaches to analyze ongoing changes and study them. According to the author, a perspective theoretical and methodological framework is the concept of mediatization by German sociologists F. Krotz and A. Hepp. Based on this, the work presents a definition of mediatization of the health sector and key aspects of its study.

Key words: health, mediatization of health, new media, blogs, blogging, blogosphere, health discourse in the blogosphere.

В условиях все возрастающей экспансии цифровых технологий в жизнь современного общества социальная система вследствие их влияния претерпевает глубокие трансформации, связанные с изменением ее организации, структуры, появлением новых акторов, форм социальных отношений, способов конструирования социальной реальности. Согласно прогнозу британского социолога Дж. Урри, “к середине текущего столетия виртуальная среда будет эффективно симулировать как общение лицом к лицу, так и физическое пребывание в других местах... физически неосязаемая цифровая информация оказывается все более связанной с физическим миром”¹.

Особую роль в этом воздействии, по мнению исследователей², играют новые медиа. Несмотря на некоторую дискуссионность в

¹ Урри Дж. Как выглядит будущее? / Под науч. ред. С. Шукиной. М., 2018. С. 217–218.

² См.: Ермолаева О.Я. Социальное конструирование в цифровой медиасреде. По материалам секции на IX Грушинской социологической конференции // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 4. С. 387–399. DOI: 10.14515/monitoring.2019.4.20.

определении данного понятия, в общем смысле его используют для описания средств передачи информации и способов коммуникации на основе интернет-технологий, на платформах Web 2.0. К отличительным характеристикам новых медиа относят интерактивность, широту, мгновенный доступ к информации и персонализацию в ее предоставлении, конвергентность, гиперсвязанность, диффузность, диверсификацию, полиформатность, множественность, глобальность³.

Однако, анализируя воздействие новых медиа, важно рассматривать их не только в аспекте технологических отличий, но и учитывать те изменения, которые они порождают в социальных отношениях⁴. По мнению отечественных исследователей И.М. Дзялошинского и М.А. Дзялошинской, принимая во внимание, что главной отличительной чертой новых медиа выступает их интерактивность, вследствие этого конструирование, артикуляция и потребление информации демократизируются, что позволяет каждому человеку ее создавать и получать⁵. Значимым признаком цифровых медиа является и их полифункциональность: они выступают и как способ коммуникации, и как средство генерации данных⁶, порождая феномен датафикации жизни, а также дуализм статуса пользователей в медиaprостранстве, которые могут одновременно быть и действующими субъектами, создающими и потребляющими контент, и объектами управления и манипуляции.

Чаще всего к новым медиа относят социальные сети, форумы, блоги, электронные сервисы почтовых сообщений и средства массовой информации, а также мобильные устройства⁷. Цифровые медиа плотно вплетены в нашу повседневность, что дает основание рассматривать их как коммуникативный мейнстрим. Вследствие этого жизненный мир современного человека все больше становится медийно опосредованным, и интерсубъективность, как его ключевая характеристика, трансформируется под влиянием формируемого

³ См.: Михайленок О.М., Малышева Г.А. Политические эффекты социальных сетей в России // Социологические исследования. 2019. № 2. С. 78–87. DOI: 10.31857/S013216250004012-6; 23; Crosbie V. What is new media? // International Journal of New Media Studies. 2015. Vol. 1. N 1. P. 1–6.

⁴ Manovich L. The language of new media. Cambridge, 2001. P. 6.

⁵ Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Медиазация социальной сферы // PR и СМИ в Казахстане: Сб. науч. трудов. Алматы, 2015. С. 38.

⁶ Нерп А. Agency, social relations, and order: media sociology's shift into the digital // Communications. 2022. Vol. 47. N 3. P. 470–493. DOI: 10.1515/commun-2020-0079. P. 485.

⁷ Ним Е.Г. “Вы есть ваши данные”: селф-трекинг как феномен глубокой медиа-тизации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2020. № 5. С. 29–53. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2020.2953.

новыми медиа так называемого феномена “мы медиа”⁸, что ведет к превращению социальной реальности в медиатизированную — медиареальность⁹.

Для анализа медийно опосредованных феноменов социальной жизни в научный оборот введено понятие “медиатизация”. Следует отметить, что данный концепт не является новым для современного научного дискурса¹⁰. В общем смысле им обозначают процесс изменений в обществе, происходящих под влиянием медиа¹¹.

Тем не менее в современных дискуссиях в осмыслении понятия медиатизации в большей степени преобладает его понимание через акцентирование преобразующей функции новых медиа¹². По мнению немецкого социолога А. Хеппа, сегодня мы живем в ситуации “медиации всего”¹³, вследствие этого нынешнее общество характеризуется как медиатизированное, а современный человек — как “человек медийный” (*homo mediatu*s)¹⁴. Поэтому, как указывают отечественные исследователи Ю.Д. Артамонова и С.В. Володенков, “когда мы говорим о медиатизации, речь идет не только о влиянии медиа на восприятие предмета, но и гораздо более глубокой трансформации: форматируется и восприятие, и сам предмет”¹⁵. Все это вызывает необходимость рассматривать медиатизацию в более широкой перспективе¹⁶.

В этой связи термин “медиатизация” все больше используется как ключевой компонент новой научно-исследовательской про-

⁸ См.: *Gillmor D. We the media: grassroots journalism by the people, for the people.* Sebastopol, 2006.

⁹ Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Указ. соч. С. 34.

¹⁰ См.: *Примаков В.Л.* Медиатизация как теоретический концепт // Вестник Московского государственного лингвистического университета. *Общественные науки.* 2019. № 3 (836). С. 221–238; *Артамонова Ю.Д., Володенков С.В.* Медиатизация как исследовательский концепт: основные предпосылки, формирование и возможности дальнейшего развития // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2021. № 2. С. 9–27. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-9-27; *Thompson J.B.* The media and modernity: a social theory of the media. Stanford, 1995; *Hjarvard S.* Three forms of mediatized religion. *Changing the public face of religion // Mediatization and religion: Nordic perspectives.* Gothenburg, 2012. P. 21–45.

¹¹ *Hjarvard S.* *Op. cit.* P. 24.

¹² См.: *Артамонова Ю.Д., Володенков С.В.* Медиатизация как исследовательский концепт: основные предпосылки, формирование и возможности дальнейшего развития // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2021. № 2. С. 9–27. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-9-27; *Hepp A.* *Deep Mediatization.* L., 2020.

¹³ *Hepp A.* *Op. cit.* P. 99.

¹⁴ *Вартанова Е.Л.* К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8–14. DOI: 10.30547/mediamalmanah.2.2022.814.

¹⁵ *Артамонова Ю.Д., Володенков С.В.* Указ. соч. С. 24.

¹⁶ *Hepp A.* *Op. cit.* P. 110.

граммы для изучения трансформации современного социума под влиянием новых медиа, в рамках которой получают разработку как вопросы общетеоретического характера, так и относящиеся к изучению особенностей организации и функционирования разных сфер жизнедеятельности медиатизированного общества¹⁷. Так, в научном дискурсе широко представлены исследования о влиянии новых медиа на политическую систему, культуру, религию¹⁸.

Тем не менее медиатизация, характеризующаяся на современном этапе как глубокая¹⁹, представляет всеобъемлющий и комплексный процесс, охватывающий все структуры социальной системы, включая и сферу здоровья.

Анализ научного дискурса о цифровой медиатизации сферы здоровья свидетельствует, что исследования по указанной проблематике в отечественном научном поле представляют актуальное, но пока новое направление для изучения. Следует отметить, что проблематика о конструирующей роли традиционных медиа в отношении здоровьесберегающего поведения достаточно широко разработана в отечественной социологии²⁰, в то время, как вопросы о цифровом медиадискурсе о здоровье и его влиянии на сферу здоровья получили актуализацию лишь в последнее время²¹.

На наш взгляд, рост исследовательского интереса к данной теме обусловлен двумя аспектами. Во-первых, существует необходимость осмысления социального опыта преодоления ситуации пандемии новой коронавирусной инфекции, в частности, изучения процесса конструирования в современном информационном поле образа са-

¹⁷ Ним Е.Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 3. С. 8–25. DOI: 10.19181/socjour.2017.23.3.5361.

¹⁸ Гуреева А.Н., Кузнецова В.С. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 191–205. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).191-205; Островская Е.А., Бадмацыренов Т.Б., Васильева С.В. Медиатизированное правослаvie: миссия в Китае // Социологические исследования. 2023. № 3. С. 66–79. DOI: 10.31857/S013216250022669-8.

¹⁹ Couldry N., Hepp A. The mediated construction of reality. Cambridge, 2017.

²⁰ См.: Савельева Ж.В. Конструирование социальной проблемы здоровья и болезни СМК: концептуальная модель и процедуры исследования // Вестник Казанского технологического университета. 2011. № 9. С. 316–321.

²¹ См.: Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Зачем молодежь создает контент о здоровом образе жизни: факторный анализ тематических блогов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 2. С. 168–190. DOI: 10.14515/monitoring.2020.2.656; Осипова Н.Г. Цифровые манипуляции психическим здоровьем современной молодежи // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. Т. 29. № 3. С. 7–27. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-7-27>.

мой болезни, ее рисков и его воздействие на поведение в отношении профилактических мероприятий²². Во-вторых, состояние здоровья россиян, особенно молодежи, по-прежнему вызывает тревогу у экспертов из-за высокого уровня распространенности заболеваний, детерминированных деструктивными практиками в отношении здоровья²³. Учитывая, что молодое поколение как носитель человеческого потенциала является ценным стратегическим ресурсом для развития Российского государства и общества, изучение вопросов конструирования здоровья молодежи в условиях цифровой медиатизации выступает как социально значимое направление исследований.

В этой связи по результатам анализа и систематизации данных, представленных в работах отечественных и зарубежных исследователей, были выделены несколько ключевых векторов исследовательского дискурса о цифровой медиатизации сферы здоровья.

Первое направление включает работы, в которых рассматриваются процесс медиатизации на институциональном уровне и особенности трансформации социального института медицины вследствие этого. Следует отметить, что внимание исследователей прежде всего обращено на выявление происходящих под влиянием цифровых форм коммуникации изменений в существующей модели взаимоотношений между врачом и пациентом и особенностей конструирования новой²⁴. В этой связи ключевым трендом становится переход от институционального к индивидуальному взаимодействию посредством социальных сетей²⁵. Так, по данным исследования аккаунтов врачей-блогеров и медицинских организа-

²² См.: *Лехциер В.Л., Готтлиб А.С.* Пациентские нарративы из ковидных отделений в социальных сетях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2022. Т. 15. Вып. 4. С. 384–404. DOI: 10.21638/spbu12.2022.405; *Дудина В.И., Сайфулина В.О.* “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 1. С. 279–298. DOI:10.14515/monitoring.2023.1.2344.

²³ См.: *Журавлева И.В., Иванова Л.Ю., Ивахненко Г.А., Лакомова Н.В., Резникова Т.П.* Здоровье подростков и окружающая среда: изменения за 20 лет. М., 2021. DOI: 10.19181/monogr.978-5-89697-356-0.2021; *Савина А.А., Фейгина С.И.* Распространенность ожирения среди населения Российской Федерации: период до пандемии COVID-19 // Социальные аспекты здоровья населения. 2022. Т. 68 (5). № 4. DOI: 10.21045/2071-5021-2022-68-5-4.

²⁴ См.: *Бацина Е.А., Понсуйко А.Н., Артамонова Г.В.* Цифровизация здравоохранения РФ: миф или реальность? // Врач и информационные технологии. 2020. № 3. С. 73–80; *Shutova M. V., Rocheva Y.S.* Digital mediatization in medicine: new models of clinic-to-doctor-to-patient interaction // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 4. С. 722–729. doi: 10.22363/2312-9220-2021-26-4-722-729.

²⁵ *Shutova M. V., Rocheva Y.S.* Op. cit.

ций выявлено, что информация на интернет-страницах лечебных учреждений носит формальный характер, выполняя скорее роль рекламы, в то время как взаимодействие с врачами через их личные блоги отличается персонализированностью и, вследствие этого, является более привлекательным для пациентов, так как учитывается значимый для аудитории эмоциональный аспект²⁶.

Цифровое общение между врачом и пациентом характеризуется конвергенцией традиционных и новых форм взаимодействия²⁷. С одной стороны, модель коммуникации “вопрос–ответ” выступает как традиционный формат медицинской консультации. С другой — виртуальное взаимодействие отличается особенностями идентификации участников: если для пациентов характерна анонимность, то представители медицинского сообщества должны указывать свои данные, в том числе, о своем профессиональном статусе, что, кстати, сегодня уже является требованием ряда цифровых платформ при размещении на них медицинского контента²⁸.

Наряду с этим онлайн-коммуникация дополняется новыми функциями, которые детерминированы мотивацией участников: если для пациентов основная цель — решить проблемы со здоровьем, получить профессиональное заключение о своем состоянии, то “врачи помимо онлайн-консультирования стремятся привлечь новых клиентов”, используя тем самым онлайн-пространство для повышения своего статуса и конструирования имиджа²⁹. Вследствие этого новые медиа также рассматриваются как инструмент личного брендинга врача.

Действительно, значимым фактором, оказывающим влияние на социальные отношения в публичном пространстве, является имидж их участников. Однако воздействие медиа на восприятие и отношение населения к социальному институту медицины имеет амбивалентный характер, что проявляется через эффекты как “героизации”, так и “демонизации” медицинской профессии и ее представителей в СМИ³⁰. В последнем случае такой негативный контент

²⁶ Shutova M.V., Rocheva Y.S. Op. cit. P. 725.

²⁷ Искандерова Л.В. Дискурсивные практики онлайн-взаимодействия врачей и пациентов (на примере медицинского интернет-форума “Health.mail.ru”) // ДИС-КУРС. 2020. Т. 6. № 5. С. 73–86. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-5-73-86.

²⁸ Требования к контенту. Справка. URL: <https://dzen.ru/help/requirements/rules.html#clickbait> (дата обращения: 14.11.2023).

²⁹ Искандерова Л.В. Указ. соч. С. 79.

³⁰ Богдан И.В., Дренева А.А., Чистякова Д.П. Образ медицинского специалиста в социальных медиа глазами москвичей: управленческие и методические аспекты // Цифровая социология. 2022. Т. 5. № 3. С. 57–67. DOI: 10.26425/2658-347X-2022-5-3-57-67.

приводит к снижению доверия, конфликтности, профессиональному выгоранию, некомплаентности пациентов. Поэтому медицинский брендинг может служить эффективным механизмом не только для повышения престижа и репутации конкретного врача, но и для успешного функционирования системы здравоохранения, включая улучшение сферы управления общественным здоровьем, повышение уровня санитарной грамотности населения, а также подбор и обучение профессиональных кадров³¹.

В процессе анализа проблематики влияния цифровой медиатизации на трансформацию социального института медицины, актуальным аспектом представляется и изучение дискурса о здоровье, создаваемого в цифровых медиа неинституциональными агентами. Действительно, в условиях расширения доступа к информации в интернете появляются новые контентмейкеры и трансляторы медицинского знания (блогеры, инфлюенсеры), которые благодаря интерактивности медиа и предоставляемому посредством них расширенному доступу к глобальной аудитории также играют существенную роль в конструировании социальных представлений и практик заботы о здоровье, что ведет к размыванию статуса экспертного медицинского знания, вследствие чего наблюдается снижение степени его влияния на комплаентность больного. Так, своего рода альтернативой формальным агентам в современном коммуникативном пространстве можно рассматривать так называемый любительский медицинский дискурс, который формируется пациентскими нарративами в социальных медиа³².

Следствием данных трансформаций под влиянием цифровой медиатизации сферы здоровья влияние профессионального врачебного сообщества как институциональных агентов социального контроля на управление в сфере здоровьесбережения редуцируется, что оказывает негативное воздействие на функционирование всей системы, усиливая ситуацию хронического недоверия к ней³³. Яр-

³¹ *Farsi D.* Social media and health care. Part I: Literature review of social media use by health care providers // *Journal of Medical Internet Research*. 2021. Vol. 23 (4). e23205. URL: <https://www.jmir.org/2021/4/e23205> DOI: 10.2196/23205; 45; *Sultan M., Brown E., Thomas R.* Clinicians embracing social media: potential and pitfalls // *Epilepsy & Behavior*. 2021. Vol. 115. DOI: 10.1016/j.yebeh.2019.106462; *Le L.H., Hoang P.A., Pham H.C.* Sharing health information across online platforms: a systematic review // *Health Communication*. 2023. Vol. 38(8). P. 1550–1562. DOI: 10.1080/10410236.2021.2019920.

³² *Лехциер В.Л., Готлиб А.С.* Указ. соч.

³³ *Богомякова Е.С.* “Доверяй, но проверяй”: практики заботы о здоровье в условиях цифровизации здравоохранения // *Журнал исследований социальной политики*. 2022. Т. 20. № 2. С. 263–278. DOI: 10.17323/727-0634-2022-20-2-263-278; *Фадеева Е.В.* Практики лечения в восприятии граждан: по материалам всероссий-

ким подтверждением тому может служить недавний социальный опыт преодоления пандемии новой коронавирусной инфекции. Восприятие рисков болезни, степень приверженности населения защитным мерам во многом определялись как субъективным опытом переживания данной ситуации, так и репрезентацией самой болезни в медиа³⁴.

В целом, обобщение исследовательских позиций по первому направлению позволяет сделать вывод, что под влиянием цифровых технологий наблюдается парадигмальный поворот в организации и функционировании социального института медицины, связанный с трансформацией агентности и деинституционализацией отношений в системе врач–пациент, что порождает новые формы и правила взаимодействия между основными акторами.

Наряду с институциональным аспектом к значимому направлению социологического дискурса о медиатизации здоровья относится изучение вопросов о воздействии новых медиа на конструирование социальных представлений и практик заботы о здоровье. Социальные медиа выступают не только как информационные и коммуникативные средства. Вследствие появления феномена сетевого инфлюенсинга, они становятся трансляторами определенных ценностей и моделей поведения, участвуя в формировании ценностных ориентаций и представлений о здоровье и рисках ему. В этой связи внимание исследователей обращено на выявление особенностей медиапотребления по вопросам здоровья, а также репрезентации образа здоровья и дискурса о нем в новых медиа³⁵. Принимая во внимание, что языковые практики представляют собой один из аспектов социальности, трансформация которых ведет к изменению социокультурной картины мира, изучение онлайн-дискурса о проблемах здоровья и способах их преодоления дает возможность установить особенности восприятия артикулируемых проблем, уровень наличного знания о них у контентмейкеров и их последователей и на

ских исследований // Социологические исследования. 2022. № 10. С. 138–145. DOI: 10.31857/S013216250020180-1. С. 141.

³⁴ Дудина В.И., Сайфулина В.О. Указ. соч.; Lupton D. COVID societies. Theorising the Coronavirus Crisis. L., 2022. P. 140.

³⁵ См.: Богомякова Е.С., Дупак А.А. Цифровой селф-трекинг здоровья в дискурсе социальных наук // Социология науки и технологий. 2021. № 2. С. 155–174. DOI: 10.24412/2079-0910-2021-2-155-174; Дудина В.И., Сайфулина В.О. Указ. соч.; Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Указ. соч.; Ним Е.Г. Указ. соч.; Enjolras B., Thorbjørnsrud K. Health on social media: mediatization of subjective experience? // Health & New Media Research. 2021. N 5. P. 220–250. 10.22720/hnmr.2020.5.2.220; Rich E., Lewis S., Lupton D., Miah A., Piwek L. Digital health generation? Young people's use of 'healthy lifestyle' technologies. Bath, 2020.

основании этого выявить существующие и транслируемые паттерны здоровьесбережения, а также особенности их трансформации в современном обществе. Особенно данная проблематика актуальна для молодежной аудитории, что обусловлено высокой степенью вовлеченности молодого поколения в медиасреду.

Обзор релевантных публикаций демонстрирует поляризацию исследовательских точек зрения по данному направлению. С одной стороны, отмечаются позитивные аспекты цифрового медиапотребления по вопросам здоровья³⁶. В частности, установлено, что наряду с поиском информации о различных заболеваниях и способах их лечения новые медиа выступают и как каналы развития социальных связей между пользователями со схожими проблемами здоровья, что оказывает терапевтический эффект на их состояние, особенно в контексте исследования онлайн-групп поддержки молодых людей с онкологией и психическими особенностями³⁷. Также социальные медиа используются для повышения санитарной грамотности³⁸, информирования молодежи о пользе здоровых привычек и формирования приверженности здоровому образу жизни³⁹.

Вместе с тем прослеживается и критический дискурс о медиапотреблении по вопросам здоровья. Так, репрезентация здоровья в виртуальной среде формирует у молодых людей его ограниченное восприятие, так как здоровье отождествляется в первую очередь с внешностью и физической формой на основе транслируемых стандартов телесности⁴⁰. В этой связи в научном дискурсе используется особый термин, описывающий популярные тренды в новых медиа — “инста-нормы”, которые посредством их популяризации молодежными трендсеттерами получают закрепление, формируя новые модели поведения⁴¹. Однако следование им не всегда имеет оздоравливающий эффект. Так, несоответствие собственного теле-

³⁶ См.: Rich E., Lewis S., Lupton D., Miah A., Piwek L. Op. cit.

³⁷ Hu Y. Helping is healing: examining relationships between social support, intended audiences, and perceived benefits of mental health blogging // *Journal of Communication in Healthcare*. 2019. Vol. 12. N 2. P. 112–120, DOI: 10.1080/17538068.2019.1588491; Mikal J., Beckstrand M., et al. Online support seeking and breast cancer patients: changes in support seeking behavior following diagnosis and transition off cancer therapy // *Health Communication*. 2020. Vol. 6 (6). P. 731–740. DOI: 10.1080/10410236.2020.1712519.

³⁸ Quenmerstedt M. Social media as a health resource: a salutogenic perspective // *Young People, Social Media and Health* / Ed. by V. Goodyear. L., 2019. P. 101–116.

³⁹ Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Указ. соч.

⁴⁰ Chung A., Vieira D., Donley T., et al. Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review // *Journal of Medical Internet Research*. 2021. Vol. 23. N 6. DOI: 10.2196/19697.

⁴¹ Papathomas A., White H., Plateau C. Young people, social media, and disordered eating // *Young People, Social Media and Health*. P. 101–116. P. 107.

сного формата транслируемому оказывает прямое влияние на снижение самооценки у подростков, вызывает депрессии, провоцирует в целях достижения нужного эффекта распространение среди молодежи нездорового пищевого поведения, вредных экспериментов со своей внешностью⁴².

Хотя посредством новых медиа расширяются возможности для социальных взаимодействий, тем не менее виртуальная среда содержит достаточно “цифрового флуда” — “поток избыточной информации, симулякров, мемов и фейков, призванных парализовать независимое и концептуальное мышление, идущее вразрез с навязываемым образом реальности”⁴³. Попадая в такое информационное “изобилие”, молодые люди, хотя и относящиеся к так называемым “цифровым аборигенам”, в силу особенностей их психологического развития, обусловленного возрастным статусом, и не обладающие достаточным уровнем медиа- и санитарной грамотности, становятся объектами для манипулирования. Более того, большинство неинституционализированных (т.е. не относящихся к экспертному сообществу) контентмейкеров цифровой медиасреды имеют прагматическую ориентацию на самопрезентацию и заработок⁴⁴. Это ставит под сомнение истинность их намерений: продвигать социально значимый и полезный контент, или в погоне за “хайпом” и прибылью, используя цифровые технологии манипулирования, создавать привлекательные для аудитории симулякры здорового образа жизни, скрывая возможные негативные последствия следования им.

Амбивалентность в мнениях исследователей выявлена и при анализе конструируемых посредством новых медиа практик заботы о здоровье. Так, селф-трекинг рассматривается, с одной стороны, как “инструмент самопознания и саморазвития, способствующий... оздоровлению и благополучию”, а с другой — “как технология биополитики и психовласти”⁴⁵, так как в основе функционирования гаджетов цифрового мониторинга здоровья лежат процессы алгоритмизации и датафикации⁴⁶.

В целом, анализ и обобщение исследовательских позиций в контексте второго направления социологического дискурса позволяют выявить ряд особенностей влияния новых медиа на конструирова-

⁴² Papathomas A., White H., Plateau C. Op. cit.

⁴³ Друкер М.М., Яновская Г.В. Социальные медиа: подходы к дефиниции понятия // Медиаскоп. 2021. Вып. 2. DOI: 10.30547/mediascope.2.2021.2.

⁴⁴ Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Указ. соч.

⁴⁵ Ним Е.Г. Указ. соч. 2020. С. 44.

⁴⁶ Kent R. The digital health self. Bristol, 2023.

ние социальных представлений о здоровье и практик заботы о нем, а именно: а) размывание традиционного восприятия здоровья и здорового образа жизни (формирование метрической модели здоровьесбережения и квантификации телесности в условиях развития цифрового селф-трекинга); б) плюрализм репрезентаций образа здоровья в цифровом медиaprостранстве; в) кастомизация практик здоровья; г) трансформация агентности, когда наряду с институциональными акторами-носителями экспертного знания значимую роль в конструировании здоровьесбережения играют и субъекты любительского медицинского дискурса.

Наряду с рассмотренными аспектами в исследованиях о цифровой медиатизации сферы здоровья также значимым выступает и вопрос о теоретико-методологической основе изучения данной проблематики, что обусловлено как обращением к новым типам данных, так и особенностями анализируемого коммуникативного пространства. Также важно принимать во внимание и тот факт, что здоровье является многоуровневым социально обусловленным феноменом, вследствие этого исследование медиатизации сферы здоровья должно включать изучение особенностей протекания данного процесса и его последствий с учетом многообразия социального континуума, на уровне межличностном, в ближайшем окружении, институциональном и социетальном, при этом важным является именно поиск их взаимосвязей и взаимообусловленности.

Принимая во внимание данные особенности, для изучения цифровой медиатизации сферы здоровья представляется перспективным использовать в качестве теоретико-методологической основы концепцию “медиатизированных миров” немецких социологов Ф. Кротца и А. Хеппа⁴⁷, которая объединяет институциональный, социально-конструктивистский и материалистический подходы, предлагая оригинальную исследовательскую методологию для анализа дискурса в цифровых медиа⁴⁸.

Данная теория уже достаточно известна в отечественном научном дискурсе, тем не менее выделим ряд положений, значимых для нашего исследования. Понимание медиатизированного мира подразумевает его интерпретацию как малого жизненного мира, структура и наполнение которого “зависит от артикуляции посредством медиакommunikации”⁴⁹. А. Хепп выделяет такие характеристики

⁴⁷ Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds — understanding everyday mediatization. Mediatized worlds // Culture and Society in a Media Age / Ed. by A. Hepp, F. Krotz. Basingstoke, 2014. P. 1–14.

⁴⁸ Hepp A. Deep mediatization. L., 2020. P. 11–12.

⁴⁹ Ibid. P. 110–111.

медиатизированных миров, как “набор обязательных интересубъективных знаний, определенные социальные практики и культурные уплотнения (cultural thickenings)”⁵⁰. Хотя медиатизированные миры различаются по масштабу, между ними сложно провести четкие границы, так как они переплетены между собой и образуют сети взаимодействий, для изучения которых исследователи также вводят понятие “коммуникативных фигураций”⁵¹. Данная категория описывает модель коммуникативной сети, которая включает определенные позиции в ней акторов по отношению друг к другу⁵². При этом “каждая коммуникативная фигурация имеет тематический фрейм, направляющий совместные действия ее акторов”, средства и формы коммуникации⁵³.

Конструирование медиатизированных миров в условиях цифровизации характеризуется как процесс глубокой медиатизации, под которой подразумевается всестороннее участие современных медиатехнологий в производстве социального. А. Хепп выделяет пять основных проявлений глубокой медиатизации современного социума: а) дифференциация огромного числа цифровых медиа; б) их растущая связность, что ведет к трансформации агентности; в) вездесущность; г) ускоренный темп развития инноваций; 5) датафикация социальной жизни⁵⁴.

При использовании данного подхода цифровая медиатизация сферы здоровья может быть рассмотрена как комплексный процесс трансформации существующей и конструирования новой институциональной структуры, социальных представлений, установок и паттернов в сфере здоровья под влиянием цифровых медиа, что предполагает изучение следующих аспектов:

- особенностей репрезентации здоровья и здорового образа жизни в дискурсах новых медиа (“тематическое фреймирование”⁵⁵);
- коммуникативных фигураций разных медиатизированных миров (формальных и неформальных);
- взаимосвязи между социальными агентами и транслируемые модели здоровьесбережения;
- выявление так называемой “повестки дня” в сфере здоровья (наиболее обсуждаемые вопросы) и ее ключевых контентмейкеров;

⁵⁰ *Hepp A.* Deep mediatization. P. 110–111.

⁵¹ *Ibid.* P. 113.

⁵² *Ibid.* P. 115.

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ *Hepp A., Breiter A., Hasebrink U.* Communicative figurations: transforming communications in times of deep mediatization. L., 2018. P. 19–20.

⁵⁵ *Ibid.* P. 113.

– влияния транслируемых образов на социальные представления о здоровье, рисках ему и поведении в отношении здоровья среди молодежи;

– типологизация моделей здоровьесберегающего поведения на основе восприятия феномена здоровья, практик здорового образа жизни среди различных медиапоколений.

Таким образом, эвристический потенциал этой теории в отношении обсуждаемой проблематики, на наш взгляд, заключается в возможности выявить особенности медиатизации здоровья на разных уровнях социальной реальности.

Подводя итоги представленного в работе обзора и систематизации социологического дискурса о медиатизации сферы здоровья под влиянием новых медиа, можно заключить, что изучение рассмотренной проблематики выступает как актуальное и социально значимое для отечественного поля исследовательское направление. Выделенные векторы в его разработке демонстрируют как неоднозначность исследовательских позиций, так и необходимость поиска адекватных подходов для анализа происходящих изменений под влиянием новых медиа трансформаций в сфере здоровья. В этой связи в данной работе предложена его разработка через теоретико-методологическую оптику концепций глубокой медиатизации и медиатизированных миров, которая позволяет выявить особенности медиадискурса о здоровье и формируемых посредством него практик на разных уровнях социальной реальности, которые в то же время выступают как компоненты единого целого, порождая сложные коммуникативные сети.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Артамонова Ю.Д., Володенков С.В. Медиатизация как исследовательский концепт: основные предпосылки, формирование и возможности дальнейшего развития // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2021. № 2. С. 9–27. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-9-27

Бацина Е.А., Попсуйко А.Н., Артамонова Г.В. Цифровизация здравоохранения РФ: миф или реальность? // Врач и информационные технологии. 2020. № 3. С. 73–80.

Богдан И.В., Дренева А.А., Чистякова Д.П. Образ медицинского специалиста в социальных медиа глазами москвичей: управленческие и методические аспекты // Цифровая социология. 2022. Т. 5. № 3. С. 57–67. DOI: 10.26425/2658-347X-2022-5-3-57-67

Богомяжкова Е.С. “Доверяй, но проверяй”: практики заботы о здоровье в условиях цифровизации здравоохранения // Журнал исследований социальной политики. 2022. Т. 20. № 2. С. 263–278. DOI: 10.17323/727-0634-2022-20-2-263-278

Богояжкова Е.С., Дунак А.А. Цифровой селф-трекинг здоровья в дискурсе социальных наук // Социология науки и технологий. 2021. № 2. С. 155–174. DOI: 10.24412/2079-0910-2021-2-155-174

Вартанова Е.Л. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2 (109). С. 8–14. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2022.814

Гуреева А.Н., Кузнецова В.С. Концептуализация феномена медиатизации политики: основные теоретические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 191–205. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).191-205

Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Медиатизация социальной сферы // PR и СМИ в Казахстане: Сб. науч. трудов. Алматы, 2015. С. 31–40.

Друкер М.М., Яновская Г.В. Социальные медиа: подходы к дефиниции понятия // Медиаскоп. 2021. Вып. 2. DOI: 10.30547/mediascope.2.2021.2

Дудина В.И., Сайфулина В.О. “Почитала, еще меньше вакцинироваться захотелось”: онлайн-дискурс вакцинной нерешительности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2023. № 1. С. 279–298. DOI:10.14515/monitoring.2023.1.2344

Ермолаева О.Я. Социальное конструирование в цифровой медиасреде. По материалам секции на IX Грушинской социологической конференции // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 4. С. 387–399. DOI: 10.14515/monitoring.2019.4.20

Журавлева И.В., Иванова Л.Ю., Ивахненко Г.А., Лакомова Н.В., Резникова Т.П. Здоровье подростков и окружающая среда: изменения за 20 лет. М., 2021. DOI: 10.19181/monogr.978-5-89697-356-0.2021

Искандерова Л.В. Дискурсивные практики онлайн-взаимодействия врачей и пациентов (на примере медицинского интернет-форума “Health.mail.ru”) // ДИСКУРС. 2020. Т. 6. № 5. С. 73–86. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-5-73-86

Кульпин С.В., Савчук Г.А., Якимова О.А. Зачем молодежь создает контент о здоровом образе жизни: факторный анализ тематических блогов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 2. С. 168–190. DOI: 10.14515/monitoring.2020.2.656

Лехциер В.Л., Готлиб А.С. Пациентские нарративы из ковидных отделений в социальных сетях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2022. Т. 15. Вып. 4. С. 384–404. DOI: 10.21638/spbu12.2022.405.

Михайленок О.М., Малышева Г.А. Политические эффекты социальных сетей в России // Социологические исследования. 2019. № 2. С. 78–87. DOI: 10.31857/S013216250004012-6; 23

Ним Е.Г. “Вы есть ваши данные”: селф-трекинг как феномен глубокой медиатизации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2020. № 5. С. 29–53. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2020.2953

Осипова Н.Г. Цифровые манипуляции психическим здоровьем современной молодежи // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. Т. 29. № 3. С. 7–27. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-7-27>

Островская Е.А., Бадмацыренов Т.Б., Васильева С.В. Медиатизированное православие: миссия в Китае // Социологические исследования. 2023. № 3. С. 66–79. DOI: 10.31857/S013216250022669-8

Примаков В.Л. Медиатизация как теоретический концепт // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2019. № 3 (836). С. 221–238.

Савельева Ж.В. Конструирование социальной проблемы здоровья и болезни СМК: концептуальная модель и процедуры исследования // Вестник Казанского технологического университета. 2011. № 9. С. 316–321.

Савина А.А., Фейгинова С.И. Распространенность ожирения среди населения Российской Федерации: период до пандемии COVID-19 // Социальные аспекты здоровья населения. 2022. Т. 68 (5). № 4. DOI: 10.21045/2071-5021-2022-68-5-4

Урри Дж. Как выглядит будущее? / Под науч. ред. С. Шукиной. М., 2018.

Фадеева Е.В. Практики лечения в восприятии граждан: по материалам всероссийских исследований // Социологические исследования. 2022. № 10. С. 138–145. DOI: 10.31857/S013216250020180-1

Shutova M.V., Rocheva Y.S. Digital mediatization in medicine: new models of clinic-to-doctor-to-patient interaction // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 4. С. 722–729. DOI: 10.22363/2312-9220-2021-26-4-722-729

REFERENCES

Artamonova Y., Volodenkov S. Mediatizaciya kak issledovatel'skij koncept: osnovnye predposylki, formirovanie i vozmozhnosti dal'nejshego razvitiya [Mediatization as a research concept: Main prerequisites of the formation and Possibilities for further development] // Praksema. Problemy vizual'noj semiotiki. 2021. N 2. S. 9–27. DOI: 10.23951/2312-7899-2021-2-9-27 (in Russian).

Bacina E.A., Popsujko A.N., Artamonova G.V. Cifrovizaciya zdravooxraneniya RF: mif ili real'nost'? [Digitalization of the Russian Healthcare system: myth or reality?] // Vrach i informacionnye tekhnologii. 2020. N 3. S. 73–80 (in Russian).

Bogdan I.V., Dreneva A.A., Chistyakova D.P. Obraz medicinskogo specialista v social'nyh media glazami moskvichej: upravlencheskie i metodicheskie aspekty [Medical professional image in the social media by Muscovites: managerial and methodological aspects] // Cifrovaya sociologiya. 2022. Т. 5. N 3. S. 57–67. DOI: 10.26425/2658-347X-2022-5-3-57-67 (in Russian).

Bogomjagkova E.S. “Doverjaj, no proverjaj”: praktiki zaboty o zdorov'e v uslovijah cifrovizacii zdravooxraneniya [“Trust but verify”: practices of health care in the context of digitalization of healthcare] // Zhurnal issledovanij social'noj politiki. 2022. Т. 20. N 2. S. 263–278. DOI: 10.17323/727-0634-2022-20-2-263-278 (in Russian).

Bogomjagkova E., Dupak A. Cifrovoj self-treking zdorov'ya v diskurse social'nyh nauk [Digital Self-Tracking for Health in the Discourse of Social Sciences] // Sociologiya nauki i tekhnologii. 2021. Т. 12. N 2. S. 57–67 (in Russian).

Chung A., Vieira D., Donley T. et al. Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review // Journal of Medical Internet Research. 2021. Vol. 23. N 6. DOI: 10.2196/19697.

Couldry N., Hepp A. The mediated construction of reality. Cambridge, 2017.

Crosbie V. What is new media? // International Journal of New Media Studies. 2015. Vol. 1. N 1. P. 1–6.

Druker M.M., Yanovskaya G.V. Social'nye media: podhody k definicii ponyatiya [Social media: approaches to the definition of the concept] // *Mediaskop*. 2021. Vyp. 2. DOI: 10.30547/mediascope.2.2021.2 (in Russian).

Dudina V.I., Sajfulina V.O. "Pochitala, eshhe men'she vakcinirovat'sja zahotelos": onlajn-diskurs vakcinnoj nereshitel'nosti ["Read It, I Wanted To Get Vaccinated Even Less": An Online Discourse Of Vaccine Hesitancy] // *Monitoring obshchestvennogo mneniya: jekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2023. N 1. S. 279–298. DOI: 10.14515/monitoring.2023.1.2344 (in Russian).

Dzylaloshinskii I.M., Dzylaloshinskaya M.I. Mediatizaciya social'noj sfery [Mediatization of the social sphere] // *Pattern Recognition*. 2015. S. 31–40 (in Russian).

Enjolras B., Thorbjørnsrud K. Health on social media: mediatization of subjective experience? // *Health & New Media Research*. 2021. N 5. P. 220–250. DOI: 10.22720/hnmr.2020.5.2.220.

Ermolaeva O.Y. Social'noe konstruirovanie v cifrovoj mediasrede. Po materialam sekcii na IH Grushinskoj sociologicheskoy konferencii [Social construction in the digital media environment. Based on the materials of the section at the IX Grushin Sociological Conference] // *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2019. N 4. S. 387–399. DOI: 10.14515/monitoring.2019.4.20 (in Russian).

Fadeeva E.V. Praktiki lecheniya v vospriyatii grazhdan: po materialam vserossijskih issledovanij [Treatment Practices in Public Perception: Based on Russian Nationwide Surveying] // *Sociologicheskie issledovaniya*. 2022. N 10. S. 138–145. DOI: 10.31857/S013216250020180-1 (in Russian).

Farsi D. Social media and health care. Part I: Literature review of social media use by health care providers // *Journal of Medical Internet Research*. 2021. Vol. 23. N 4. URL: <https://www.jmir.org/2021/4/e23205>.

Gillmor D. We the media: Grassroots journalism by the people, for the people. Gravenstein, 2006.

Gureeva A.N., Kuznecova V.S. Konceptualizaciya fenomena mediatizacii politiki: osnovnye teoreticheskie podhody [Conceptualization of the phenomenon of mediatization of politics: basic theoretical approaches] // *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2021. T. 10. N 1. S. 191–205. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(1).191-205 (in Russian).

Hepp A. Agency, social relations, and order: media sociology's shift into the digital // *Communications*. 2022. Vol. 47. N 3. P. 470–493. DOI: 10.1515/com-2020-0079.

Hepp A. Deep mediatization. L., 2020.

Hepp A., Breiter A., Hasebrink U. Communicative figurations: transforming communications in times of deep mediatization // *Springer Nature*. 2018. N 3.

Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds — understanding everyday mediatization. *Mediatized Worlds // Culture and Society in a Media Age / Ed. by A. Hepp, F. Krotz*. Basingstoke, 2014. P. 1–14.

Hjarvard S. Three forms of mediatized religion. Changing the public face of religion // *Mediatization and religion: Nordic perspectives*. Gothenburg, 2012. P. 21–45.

Hu Y. Helping is healing: examining relationships between social support, intended audiences, and perceived benefits of mental health blogging // *Journal of Communication in Healthcare*. 2019. Vol. 12. N 2. P. 112–120. DOI: 10.1080/17538068.2019.1588491.

Iskanderova L.V. Diskursivnye praktiki onlajn-vzaimodejstviya vrachej i pacientov (na primere medicinskogo internet-foruma "Health.mail.ru") [Discursive Practices of Doctor-Patient Online-Communication (the Case of "Health.mail.ru")] // DISKURS. 2020. T. 6. N 5. S. 73–86. DOI: 10.32603/2412-8562-2020-6-5-73-86 (in Russian).

Kent R. The digital health self. Bristol, 2023.

Kul'pin S.V., Savchuk G.A., Yakimova O.A. Zachem molodezh' sozdaet kontent o zdorovom obraze zhizni: faktornyj analiz tematicheskikh blogov [Why young people create content about healthy lifestyles: factor analysis of thematic blogs] // Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny. 2020. N 2. S. 168–190. DOI: 10.14515/monitoring.2020.2.656 (in Russian).

Le L.H., Hoang P.A., Pham H.C. Sharing health information across online platforms: a systematic review // Health Communication. 2023. Vol. 38. N 8. P. 1550–1562. DOI: 10.1080/10410236.2021.2019920.

Lekhciev V.L., Gotlib A.S. Patientskie narrativy iz kovidnyh otdelenij v social'nyh setyah [Patient narratives from COVID-19 wards in social media] // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya. 2022. T. 15. N 4. S. 384–404. DOI: 10.21638/spbu12.2022.405 (in Russian).

Lupton D. COVID Societies. Theorising the Coronavirus Crisis. L., 2022.

Manovich L. The language of new media. Cambridge, 2001.

Mihajlenok O.M., Malysheva G.A. Politicheskie efekty social'nyh setej v Rossii [Political Effects of Social Networks in Russia] // Sotsiologicheskije issledovaniya. 2019. N 2. S. 78–87. DOI: 10.31857/S013216250004012-6; 23 (in Russian).

Mikal J., Beckstrand M. et al. Online support seeking and breast cancer patients: changes in support seeking behavior following diagnosis and transition off cancer therapy // Health Communication. 2020. Vol. 6. N 6. P. 731–740. DOI: 10.1080/10410236.2020.1712519.

Nim E.G. "Vy est' vashi dannye": self-treking kak fenomen glubokoj mediatizacii ["You are Your Data": Self-Tracking as a Phenomenon of Deep Mediatization] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. 2020. N 5. S. 29–53. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2020.2953 (in Russian).

Osipova N.G. Cifrovyje manipuljaccii psihicheskim zdorov'em sovremennoj molodezhi [Digital manipulation of the mental health of modern youth] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sociologiya i politologiya. 2023. T. 29. N 3. S. 7–27. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-7-27> (in Russian).

Ostrovskaya E.A., Badmacyrenov T.B., Vasil'eva S.V. Mediatizirovannoe pravoslavie: missiya v Kitae [Mediated Orthodoxy: Mission in China] // Sociologicheskie issledovaniya. 2023. N 3. S. 66–79. DOI: 10.31857/S013216250022669-8 (in Russian).

Papathomas A., White H., Plateau C. Young people, social media, and disordered eating // Young People, Social Media and Health / Ed. by V. Goodyear. L., 2019. P. 101–116.

Primakov V.L. Mediatizacija kak teoreticheskij concept [Mediatization as a theoretical concept] // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Obshchestvennye nauki. 2019. N 3 (836). S. 221–238 (in Russian).

Quennerstedt M. Social media as a health resource: a salutogenic perspective // Young People, Social Media and Health / Ed. by V. Goodyear. L., 2019. P. 101–116.

Rich E., Lewis S., Lupton D., Miah A., Piwek L. Digital health generation? Young people's use of 'healthy lifestyle' technologies. Bath, 2020.

Savel'eva Zh. V. Konstruirovaniye social'noy problemy zdorov'ya i bolezni SMK: konceptual'naya model' i procedury issledovaniya [Constructing a social problem of health and disease in Mass Media: a conceptual model and research procedures] // Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta. 2011. N 9. S. 316–321 (in Russian).

Savina A.A., Fejginova S.I. Rasprostranennost' ozhireniya sredi naseleniya Rossijskoj Federacii: period do pandemii COVID-19 [Obesity prevalence in population of the Russian Federation: before the covid-19 pandemic] // Social'nye aspekty zdorov'ya naseleniya. 2022. T. 68 (5). N 4. DOI: 10.21045/2071-5021-2022-68-5-4 (in Russian).

Shutova M.V., Rocheva Y.S. Digital mediatization in medicine: New models of clinic-to-doctor-to-patient interaction // Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika. 2021. T. 26. N 4. C. 722–729. DOI: 10.22363/2312-9220-2021-26-4-722-729.

Sultan M., Brown E., Thomas R. Clinicians embracing social media: potential and pitfalls // Epilepsy & Behavior. 2021. Vol. 115. DOI: 10.1016/j.yebeh.2019.106462.

Thompson J.B. The media and modernity: A social theory of the media. Stanford, 1995.

Urry J. Kak vyglyadit budushchee? [What is Future?] / Pod nauch. red. S. Shchukinoj. M., 2018 (in Russian).

Vartanova E. K voprosu o posledstviyah cifrovoj transformacii mediasredy [On the Consequences of Digital Transformation of Media System] // Medi@l'manah. 2022. N 2. S. 8–14. DOI: 10.30547/medialmanah.2.2022.814 (in Russian).

Zhuravleva I.V., Ivanova L.Yu., Ivahnenko G.A., Lakomova N.V., Reznikova T.P. Zdorov'e podrostkov i okruzhayushchaya sreda: izmeneniya za 20 let. [Health of adolescents and the environment: changes over 20 years: Monograph] / Otv. red. I.V. Zhuravleva. M., 2021. DOI: 10.19181/monogr.978-5-89697-356-0.2021 (in Russian).