

УДК 316.73:07-042.3:001.11](045)
DOI 10.32461/2226-0285.2.2023.293740

Цитування:

Левченко А. В. Концептосфера медіатизації культури. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 2. С. 27–32.

Levchenko A. (2023). Conceptosphere of cultural mediatization. *Kultura i suchasnist: almanakh*, 2, 27–32 [in Ukrainian].

Левченко Антон Васильович,
аспірант Національної академії керівних
кадрів культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1238-3163>
dkr3122.alevchenko@dakkkim.edu.ua

КОНЦЕПТОСФЕРА МЕДІАТИЗАЦІЇ КУЛЬТУРИ

Мета дослідження – з'ясувати суть поняття «медіатизація культури» в сучасному контексті, проаналізувати спектр її концептосфери та вплив на соціокультурний простір України. **Методологія роботи.** Задля досягнення поставленої мети, застосовано ряд дослідницьких методів. Так, для розгляду взаємодії культур у традиційному просторі комунікації та просторі соціальних мереж використано метод порівняльного аналізу; для виявлення механізмів формування культурних кордонів, а також, їхнього подолання – метод аналізу відкритих джерел інформації, що являють собою інформаційні ресурси в Інтернеті; для якісно-кількісного вивчення документів, які характеризують сучасний зміст поняття «медіатизація культури» застосовано аналізовий синтез; метод теоретичного узагальнення дав змогу підсумувати дані, отримані в ході дослідження. **Наукова новизна** дослідження обумовлена потребою в нових наукових поглядах на процеси, що формують та характеризують медіатизацію культурної сфери сучасності. Якісно новою є спроба зробити це шляхом визначення ряду дотичних до неї концептів, об'єднаних поняттям концептосфери. У даному дослідженні, яке є комплексним, враховано зміни, що відбуваються в культурному середовищі під впливом медіа. Взято до уваги їхню роль у формуванні сучасного соціокультурного простору України, особливо в умовах військової агресії Росії проти України. **Висновки.** Дослідження присвячене розгляду поняття "медіатизація культури" у сучасному контексті та його впливу на соціокультурний простір України. Робота врахувала важливі зміни в культурному середовищі, зумовлені впливом медіа, зокрема їхню роль у формуванні сучасного соціокультурного простору України.

Ключові слова: медіатизація культури, концептосфера, концепції, концепт, сучасні технології медіа, мас-медіа, соціальні мережі, соціокультурний простір України, культурне середовище, культурна свобода, медіапростори.

Levchenko Anton, Postgraduate Student, National Academy of Culture and Arts Management

Conceptosphere of cultural mediatization

The purpose of the article is to clarify the essence of the concept of "mediatization of culture" in the modern context, to analyse the range of its conceptual sphere and its impact on the socio-cultural space of Ukraine. **Research methodology.** To achieve this goal, a number of research methods were used. Thus, to consider the interaction of cultures in the traditional space of communication and the space of social networks, the method of comparative analysis was used. To identify the mechanisms of formation of cultural boundaries, as well as their overcoming, the method of analysing open sources of information which are information resources on the Internet was applied. For qualitative and quantitative study of documents characterising the modern content of the concept of "mediatization of culture", analytical synthesis was used. The method of theoretical generalisation allowed summarising the data obtained in the course of the study. **The scientific novelty** of the study is due to the need for new scientific views on the processes that shape and characterise the mediatization of the cultural sphere of our time. An attempt to do this by defining a number of related concepts, united by the concept of conceptosphere, is qualitatively new. This study, which is comprehensive, takes into account the changes taking place in the cultural environment under the influence of the media. It takes into account their role in shaping the modern socio-cultural space of Ukraine, especially in the context of Russia's military aggression against Ukraine. **Conclusions.** The study examines the concept of "mediatization of culture" in the modern context and its impact on the socio-cultural space of Ukraine. The work takes into account important changes in the cultural environment caused by the influence of the media, in particular their role in shaping the modern socio-cultural space of Ukraine.

Keywords: mediatization of culture, conceptosphere, concepts, concept, modern media technologies, mass media, social networks, socio-cultural space of Ukraine, cultural environment, cultural freedom, media spaces.

Актуальність теми дослідження: На початку XXI століття медіапроцеси панують у всіх сферах життя людини та застосовуються для формування громадської думки, є ефективним інструментом соціальної й політичної пропаганди, виконують розважальну, комунікативну, освітню й інші функції. Саме медіа є найдоступнішим та найшвидшим способом передачі інформації – у першу чергу, через новини з різних медіаресурсів. А медіатизація культури є однією з важливих тем, що висвітлюється в науковому середовищі, з огляду на вплив медіа на людську свідомість, з урахуванням двох взаємопов'язаних процесів сучасності – глобалізації й тотальної інформатизації.

Поняття «медіатизація культури» на даний час не має єдиного усталеного визначення, але в загальному контексті є процесом взаємодії сфери культури з медіа в сучасному суспільстві. Медіатизація культури впливає на те, як людина сприймає світ мовою культури та мистецтва, що значною мірою формує її світобачення, загальний рівень освіти, моральних норм тощо.

Трактування медіатизації культури відображає різні підходи до розуміння цього процесу та його впливу на суспільство. З одного боку, медіатизація культури може призводити до втрати індивідуальності та збереження шаблонних уявлень. Із іншого боку, вона може сприяти розвитку культурного різноманіття та свободи. Залежно від концепції, яку використовують науковці та практики, медіатизація культури розглядається як позитивний і, водночас, негативний феномен культурних практик глобалізованого світу, що варто висвітлити в даному дослідженні.

Зокрема, завдяки новим засобам масової інформації, таким як соціальні мережі та медіапростори, з'явилася можливість взаємодіяти з представниками різних культур та держав, що відкриває шлях до нових форм комунікації та появи нового культурного продукту. Водночас неспроможність розуміти та контролювати вплив медіа на культуру може мати серйозні наслідки для суспільства в цілому.

У цілому, трактування медіатизації культури є складним та багатогранним питанням, яке потребує додаткового дослідження та аналізу. Тому стаття є необхідною для тих, хто цікавиться вивченням взаємодії між культурою та медіа в сучасному світі. Розкриття проблематики статті є

актуальною в контексті впливу медіа на українську та світову культуру.

Аналіз досліджень і публікацій. У науковому просторі доволі ґрунтовно висвітлено як питання концептосфери, так і медіатизації (у тому числі, медіатизації культури). Аналіз наукової літератури дозволяє встановити, що медіа можна умовно поділити на п'ять історичних типів згідно з наступними категоріями: ранні медіа, такі як писемність; друковані медіа, такі як газети та типографія; електричні медіа, які включають телеграф та телефон; мас-медіа; а також цифрові медіа, що охоплюють інтернет та мобільні додатки. Серед українських та зарубіжних науковців темі медіа та медіакомунікації приділили увагу О. Гавеля, К. Гіффорд, Л. Городенко, І. Земляна, С. Квіт, В. Різун, Є. Цимбаленко. Медіакультуру сучасності вивчає Т. Барішполець Д. Келлнер, М. Маклюен, Н. Янковські та інші [2].

Дослідники в галузі культурних феноменів при визначенні явищ впливу медіа на розвиток суспільства, життя людини вживають термін «медіатизація», враховуючи, що головним інструментом сучасної комунікації є медіа як засіб конструювання соціокультурної реальності. Поява медіатизації пов'язана із становленням засобів масової комунікації, починаючи з друкованих медіа XVII–XIX ст., враховуючи у XX ст. електронні медіа та цифрові медіа кінця XX – початку XXI ст.

Феномену медіатизації присвячено праці Дж. Б. Томпсона [9], який одним із перших запровадив термін «медіатизація» в науковий обіг. Вчений визначив, що медіа транслюють не лише інформацію, а зразки культури, що формують сучасне суспільство протягом останніх століть. За висновками Дж. Б. Томпсона, сучасний світ характеризується насиченістю комунікаційними мережами, що призводить до зростання опосередкованості досвіду окремої людини за допомогою технологічних систем виробництва та передачі символів – носіїв ідеології.

До основоположних належать і дослідження А. Хеппа з теорії медіатизації. Це питання вивчають й інші зарубіжні науковці, серед яких П. Бурдье, М. Кастельс, К. Ландбі, Н. Луман, П. Лант, С. Лівінгстон, К. Хікетхір, Н. Кирилова, Ф. Кротц, А. Моргунов, Є. Нім. Праці останньої присвячені аналізу медіакультури з огляду на концепт медіатизованих світів.

Українські науковці значною мірою

зацікавлені у вирішенні проблематики медіатизації. Загальні аспекти цих явищ, що активно розвиваються в період сучасності, вивчають М. Безносов, В. Коломоєць, Л. Ороховська, Є. Силко, І. Рогозіна, А. Черних, Д. Шаронов. Термінологічний аналіз медіатизації культури здійснила В. Ривліна, яка зазначила, що, незважаючи на активне застосування терміну «медіатизація» в науковому та інформаційному обігу, єдиного тлумачення досі немає. Суть явища медіатизації досліджує М. Житарюк у своїй публікації, з ухилом на аналіз відмінностей понять «медіація» й «медіатизація».

Р. Джакендорф ввів поняття концепту в науковий обіг у 1990 році, де він розглядав концепти об'єкта та його частин, концепт дії, часу та ознаки. За словами С. Хьярварда та В. Шульца, така класифікація може бути умовною, але неоспоримим є той факт, що кожен новий етап розвитку медіа мав вплив на суспільство і трансформував багато соціальних інститутів. Щодо терміну «концептосфера», то він вперше був застосований Д. Лихачовим в 1997 р., а у подальшому вивчався О. Селівановою [6] та іншими науковцями. Сукупністю концептів характеризують концептосферу також Й. Стернін та З. Попова. Н. Плотнікова розглядає зміст понять «концептосфера» й «концепт» крізь лінгвістичні підходи.

Отже, аналіз джерельної бази допоміг утвердитись в переконанні, що, незважаючи на наявні праці, аспект концептосфери медіатизації середовища культури на даний час у вітчизняній науці вивчався лише фрагментарно.

Мета дослідження. Із огляду на мету дослідження, проаналізовану базу наукових матеріалів та визначення проблематики даної теми, до пріоритетних завдань належить з'ясування змісту понять «концептосфера» та «медіатизація» з огляду на їхній тісний взаємозв'язок у трактуванні культурномистецьких процесів сучасності, на які значною мірою впливають медіа. Не менш важливим завданням є привернення уваги до впливу культурних практик, окремих подій та культурного продукту на людську свідомість за допомогою медіа.

Виклад основного матеріалу. Дане наукове дослідження присвячене вивченню перетину двох сфер – медіа та культури. А саме – процесу стрімкого й всеохоплюючого впливу медіа на сучасне культурне середовище, що відіграє надважливу роль в житті людини, оскільки допомагає

вибудувати систему ціннісних орієнтирів. Однак, для об'єктивного й цілісного розуміння медіатизації культури, спершу необхідно охарактеризувати ряд дотичних до цього процесу понять.

Перш за все, це стосується терміну «медіа» (від латинського «*media*», «*medium*» – «засіб», «посередник»), уведеного в науковий обіг у ХХ ст. для позначення феномену масової культури та масової комунікації («*mass culture*», «*mass media*»). Його почали використовувати для характеристики особливого типу культури сучасного інформаційного суспільства, що є посередником між державою і суспільством, соціумом та владою. М. Маклюен був одним з перших, хто розпочав досліджувати поняття концепту в контексті різних засобів комунікації. Це було спричинене швидким розвитком технологій у ХХ столітті, який побудив людство переходити від використання терміна "преса" до "засобів масової інформації". Маклюен вивчав вплив цих засобів комунікації на суспільство та культуру.

Саме мас-медіа виступають засобами продукування, систематизації, пояснення та популяризації інформації. А також, передачі її масовому адресату. В епоху глобалізації, коли всі поспішають, у людей не залишається часу на читання великих текстів – зокрема, літературних творів, тому сучасні люди задовольняються короткими новинами про все, що відбувається в світі, які в свою чергу, витіснили інформацію, що розповідала би про культурні події у повному обсязі.

У сучасному світі медіа інтегруються в повсякденність, політику, економіку, культуру; змінюють стиль життя людини, трансформують уявлення й очікування людей від соціальних інституцій. На думку Є. Силко, «людина ХХІ ст. живе в медіатизованому просторі інформаційного суспільства, що становить її нове середовище буття, реальність сучасної культури. Засоби масової комунікації, нові технології (насамперед, аудіовізуальні: кіно, телебачення, відео та мультимедійні – Інтернет) проникли в усі сфери життя. Медіа стали основним засобом виробництва культури сьогодення, а не лише комунікативним механізмом» [7, с. 30].

О. Гавеля розкриває можливості медіакультури впливати на процеси документотворення та трансформації психологічних моделей спілкування людей; виявляється зв'язок між розвитком електронної культури, конвергенцією медіаіндустрії та появою нових культурних

практик і відкритих освітніх систем, які можуть задовольнити специфічні культурні потреби обдарованої особистості та обираються нею як культурновідповідні з багатьох існуючих моделей і стилів культурного життя сучасного суспільства [8].

Таким чином, очевидно, що медіатизація – це процес, під впливом якого медіа «впроваджуються» в усі соціальні інститути суспільства, надаючи їм нового змісту і значення.

Тому сьогодні вчені частіше говорять про більш конкретні підпроцеси – медіатизацію політики, освіти, науки, культури тощо [6].

Поняття медіатизації до цього часу не є достатньо чітким і однозначним, про що говорить множинність його визначень, які переважно характеризують її як процес та, водночас, результат глобального впливу на людське мислення за допомогою різноманітних медіа, що знаходить своє вираження у формуванні картини світу за допомогою специфічних медійних когніотипів. Тобто, когнітивних структур пізнання й трансляції реальності, які виникають при взаємодії людини з глобальним інформаційним простором сьогодення.

Тож, зміни, які відбуваються в розвитку суспільства, призвели одночасно до зміни ролі засобів масової інформації та комунікації. Суспільство, засноване на мережевих структурах, не може існувати без комунікації, яка сьогодні значною мірою опосередкована електронними засобами, що допомагають процесу медіатизації суспільства набувати все більшого поширення.

З'ясування суті концептосфери медіатизації є необхідним кроком для розуміння того, як за допомогою медіа в життя кожної сучасної людини тією чи іншою мірою проникають надбання традиційної та новітньої культури, а також, для з'ясування їх форм. Можна погодитися з думкою вчених, для яких наслідком цього процесу є той факт, що засоби масової комунікації виступають вже не як канали поширення інформації, а й як творці і виразники інтересів нових соціальних структур [3, с. 122]. О. Селіванова в своєму дослідженні концептосфери характеризує її як «систему концептів у свідомості людини, що відтворює у вигляді структурованих й упорядкованих знань уявлення про світ, дійсність і результати внутрішнього рефлексивного досвіду людини» [7].

У сучасній науковій літературі

визначають різні підходи до розуміння понять «концепт» та «концептосфера». На мою думку, концептосферу можна позиціонувати як фрагмент цілісної картини світу, що відповідає за ту чи іншу сторону життя людини (в контексті даного дослідження – культури), сформований на основі уявлень людини та представлений сукупністю концептів. До концептосфери медіатизації культури доцільно зарахувати такі концепти, як медіакультура, медіакратія, медіалогіка, медіаподія тощо.

Варто спершу проаналізувати концепт «медіакультура». О. Акименко визначає його як новий тип культури інформаційної епохи [1, с. 4]. Завдяки використанню соціальних мереж та сучасних засобів комунікації у сучасному світі збільшується можливість необмеженого впливу особистості на сприйняття соціальних і культурно-мистецьких процесів.

Т. Барішполець визначає медіакультуру як особливий вид культури інформаційного суспільства, який формується разом із розвитком мас-медіа [2]. Медіакультура виконує функції передачі інформації і формування культури її сприйняття, впливаючи на розвиток особистості. Вона дозволяє особистості сприймати, аналізувати, оцінювати медіатексти, займатися медіатворчістю та засвоювати нові знання за допомогою медіа.

Медіакультура використовує аудіовізуальне мистецтво та технічні засоби для передачі інформації, а також є засобом сприйняття сучасного світу та культури управління інформацією. З урахуванням поліфункціональності медіакультури, можна описати її як діяльність засобів масової інформації, що відображає соціокультурне середовище та спосіб передачі та сприйняття інформації.

Концепт «медіакратія» є ознакою проникнення медіа в щоденне людське буття, належить до одних із його визначальних чинників, що формують навички сприйняття людиною тих чи інших подій та процесів, впливають на рівень культурно-мистецької освіченості й на якість морально-етичних устоїв. Як зазначає Т. Савельєва, сучасна людина в деяких випадках почувається розгубленою без підтримки медіа: «...сьогодні не можна уявити собі людину без телефону, за допомогою якого він підтримує зв'язок з усіма, людину, яка не може спілкуватися без допомоги Інтернету, або людини, яка може відмовитися від телебачення, радіо, газет...» [5, с. 189].

Одним із яскравих прикладів концепту "медіакратія" є соціальні мережі, які значно впливають на українське суспільство через особисті сторінки відомих блогерів-лідерів громадської думки. Це визначає стандарти думок, поведінки та моральних принципів для широкого загалу. У цьому спостерігається як позитивні, так і негативні аспекти. Серед негативних варто виділити спростування традиційних уявлень про українську культуру, зокрема, при використанні вишиванок в російському або арабському стилі, що призводить до спотворення уявлень про традиційне українське вбрання. З іншого боку, медіакратія підвищує увагу до культурних цінностей серед українців в умовах війни, що виявляється в підтримці власної культурної спадщини як вияву етнопатріотизму через засоби масової інформації.

Далі слід розглянути специфіку концепту «медіаподія». На думку В. Ривліної, даний концепт уособлює бачення порядку денного та його складників в сучасних умовах, символічну реальність, яку продукують мас-медіа [4]. Тобто, за умов медіаформатування це своєрідна модель стосунків між складовими частинами структур культури: суб'єктами спілкування (контакту) в контексті цієї культури, закодоване у цій медіаподії повідомлення, контекст, візуальна форма виразу тощо.

У період, що передував бурхливому розвитку інформаційних технологій (а, отже, й мас-медіа) подія, що відбувалась в сфері культури, мала статус автономності та самобутності, і рівень зацікавлення нею суспільством залежав лише від сили її концепції й матеріального або духовного втілення цієї концепції (це сприймалось безпосередньо споживачем, без активної участі мас-медіа). Тепер же кожен етап реалізації культурної події залежить від уваги й впливу мас-медіа. Без цього складника жодна така подія фактично не матиме успіху. Тож, таким чином майже всі події, що відбуваються в культурному середовищі, є медіаподіями – одним зі складників концептосфери медіатизації культури. Тобто, якщо та чи інша культурна акція буде проведена без висвітлення її в мас-медіа, вона автоматично в очах суспільства отримає статус такої, яка не була успішною.

Із одного боку, різноманіття медіаподій є позитивним явищем, оскільки життя майже кожного українця, незалежно від віку чи соціального статусу насичене великою кількістю інформації про події в сфері

культури, які можна відвідати, або ж прочитати про них допис у соцмережах, переглянути відео на тому чи іншому телеканалі. Разом із тим, щоденне засилля медіаподій в інформаційному просторі призводить до перенасичення ними – а, отже, виникає відчуття байдужості до них, сприйняття майже кожної такої події як звичайного інформаційного фону.

Таким чином, людина, переглянувши дані про медіаподію, не завжди може захотіти її відвідати (якщо йдеться мова про подію, прив'язану до певного місця, що триває певний проміжок часу – наприклад, художню виставку або концерт класичної музики) – їй буде достатньо переглянути репортаж про цю подію в віртуальному просторі медіа, або ж оцінити онлайн-експозицію чи аудіозапис даної музичної події.

Тож, очевидною є потреба в розвізуалізації медіаподій в людському житті. Адже, наприклад, враження від відвідання театральної вистави вживу ніяким чином не можна порівняти за якістю з переглядом запису цієї ж вистави в Інтернеті. Оскільки емоційний фон вражень від перегляду в першому випадку буде значно сильнішим, аніж в другому. На цьому та ряді інших прикладів можна побачити, що процес медіатизації культури стрімко набирає обертів, йому притаманно багато позитивних і негативних граней, що співіснують на даний час.

Наукова новизна статті полягає в її комплексному підході до визначення медіатизації культури шляхом використання концептосфери, що об'єднує різноманітні концепти та враховує сучасні культурні трансформації.

Висновки. У дослідженні здійснено аналіз концептосфери медіатизації культури, з огляду на такі ключові концепти, як медіакультура, медіаподія, медіакратія, медіалогіка. У межах з'ясування їхньої суті розкрито специфіку трансформації сучасного культурного простору культура під впливом медіа.

З'ясовано, що медіатизація культури, яка втілюється в різних концептах, розширює просторово-часові людські можливості та збагачує людину цінними знаннями, які є в швидкому доступі; робить надбання культури більш відкритими й доступними, збагачуючи культурне середовище подіями та процесами, завдяки чому в суспільстві зростає рівень культурної свободи.

Разом із тим це призводить до появи

залежності сучасної людини від медіа, що надають інформацію та до знецінення подій і явищ середовища культури, внаслідок чого відбувається зниження якості культурного продукту. Привернення уваги до цих динамічних процесів є актуальним питанням, подальше дослідження якого вбачається нами як пріоритетне в період сучасності.

Література

1. Акименко О. Актуалізація ціннісних пріоритетів космізму в умовах трансформаційних змін сучасної культури. Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта та соціальний прогрес: тези доп. Міжнар. наук.-теор. конф. студ. і аспір., м. Харків, 8–9 квітня 2014 р., Харків: 2014. С. 4–5.

2. Баришполець О.Т. Український словник медіакультури; НАПН України. Київ: Міленіум, 2014. 196 с.

3. Демченко С. Комунікаційний аспект у розбудові сучасного громадянського суспільства // *Теле-та радіожурналістика*. Вип. 11. Номер журналу 7. С. 117-123.

4. Ривліна В. М. Медіатизація культури: термінологічний аналіз // *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. Вип. 3. С. 22-26.

5. Савельєва Т. П. Медіатизація в мережевому суспільстві: зміст та тенденції // *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 185-192.

6. Селіванова О. О. Сучасна Лінгвістика: Термінологічна Енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.

7. Силко Є. М. Організація проекту «кіноклуб» як естетико-педагогічна позааудиторна робота зі студентами педагогічних вишів. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2014. Вип. 2. С. 30–34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2014_2_8 (дата звернення: 09.06.2023).

8. Havelia O. Prospects of using media practices and open educational systems to provide the special cultural needs of the gifted persons. 2020: <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/prospects-of-using-media-practices-and-open-educational-systems-to-provide-the-special-cultural-needs-of-the-gifted> (date of request: 09.06.2023).

9. Thompson J. Social theory and the media/ Communication Theory Today. London : Sage, 1993. P. 27–49.

References

1. Akimenko, O. (2014). Actualisation of the value priorities of cosmism in the context of transformational changes in modern culture. Proceedings from the International scientific and theoretical conference of students and postgraduate students: "Ukraine and the world: humanitarian and technical elite and social progress". Kharkiv, 4-5 [in Ukrainian].

2. Baryshpolets, O. T. (2014). Ukrainian Dictionary of Media Culture. Kyiv: National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Millennium [in Ukrainian].

3. Demchenko, S. V. (2012). Communication aspect in the development of modern civil society. *TV and radio journalism*, 117-123 [in Ukrainian].

4. Rivlina, V. M. (2018). Mediatisation of culture: terminological analysis. *State and regions*. Series: Social communications, 22-26 [in Ukrainian].

5. Savelieva, T. P. (2012). Mediatisation in the network society: content and trends. *Modern society*, 185-192 [in Ukrainian].

6. Selivanova, O. O. (2006). Modern Linguistics: Terminological Encyclopedia. Poltava: Dovkilya-K [in Ukrainian].

7. Silko, E. M. (2014). Organisation of the project "film club" as aesthetic and pedagogical extracurricular work with students of pedagogical universities. *Bulletin of Zhytomyr Ivan Franko State University*, 2, 30-34. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2014_2_8 [in Ukrainian].

8. Havelia, O. (2020). Prospects of using media practices and open educational systems to provide the special cultural needs of the gifted persons. URL: <https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/prospects-of-using-media-practices-and-open-educational-systems-to-provide-the-special-cultural-needs-of-the-gifted> [in English].

9. Thompson, J. (1993). Social theory and the media. *Communication Theory Today*. London, 27-49 [in English].

*Стаття надійшла до редакції 27.09.2023
Отримано після доопрацювання 02.11.2023
Прийнято до друку 10.11.2023*