

РЕГИОН КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРОЦЕССОВ ГЛОКАЛИЗАЦИИ: ОСОБЕННОСТИ МЕДИПРОДВИЖЕНИЯ И МЕДИАПОВЕСТКИ

К. В. Дементьева

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва

Поступила в редакцию 31 января 2021 г.

Аннотация: *регионы сегодня становятся площадками для развития глокализации, в том числе и в сфере медиа. Специфика этнических и культурных особенностей в национальных республиках повышает их возможности глобализации местного. В статье было выделено и обосновано несколько уровней глокализации: микро, мезо и макро, а также выделена глокализация сверху и снизу, положительные и отрицательные тенденции проникновения глобального в пространство региона. При этом проанализирована работа региональных медиа, рассмотрена эффективность информационной политики в Мордовии. Также затронуты изменения медиaprостранства, вызванные пандемией коронавируса.*

Ключевые слова: *глокализация, информация, глобальное, локальное, медиа.*

Abstract: *regions are now becoming platforms for the development of glocalization, including in the media sector. The specificity of ethnic and cultural characteristics in the national republics increases their potential for local globalization. The article identified and substantiated several levels of glocalization: micro, meso and macro, and also highlighted glocalization from above and below, positive and negative trends in the penetration of the global into the space of the region. At the same time, the work of regional media is analyzed, the effectiveness of information policy in Mordovia is considered. The changes in the media space caused by the coronavirus pandemic are also affected.*

Keywords: *glocalization, information, global, local, media.*

В последнее время в региональных и даже в федеральных масштабах стали значимы процессы глокализации. Глокализация как процесс, характеризующий слияние мирового и местного, представляет усиление интереса к региональным отличиям, традициям, позволяя вместо прогнозируемого исчезновения вывести их на глобальный уровень. В свою очередь, мировые тенденции приспосабливаются и адаптируются под местную специфику, происходит «локализация глобального» [1].

Современное общество, нивелированное информационными технологиями, имеет возможность развиваться по иному сценарию, чем в предшествующие нецифровые эпохи. Скорость распространения информации, «содержательность эпохи» [2], коммуникационное единство — это те качества, которые характеризуют текущий этап социального развития.

В одной из работ, посвященных проблемам глобализации и глокализации [3], ранее были рассмотрены позитивные и негативные аспекты воздействия глокальных процессов на развитие регионов. Также к различным аспектам темы глокализации обращались Н. Корнеев [4], А. Гайнуллина [5], А. Матвеев [6] и другие. Однако многообразие различных аспектов данного вопроса, в частности связанных со сферой медиаисследований, требует более детального рассмотрения явления глокализации.

В ходе изучения процессов глокализации в системе медиа Республики Мордовия применялись общенаучные методы системного, структурно-функционального, сопоставительного, а также эмпирического анализа. Изучался контент сайтов региональных СМИ и пабликов в социальных сетях (выборка составила n=500 публикаций за период с 01.01.2019 по 01.09.2020).

Чтобы проследить уровень проникновения процессов глокализации, мы сравнили Мордовию с некоторыми другими регионами (Удмуртия, Архангельск), а также сопоставили представление в медиaprостранстве некоторых локальных особенностей в 2019–2020 гг. и в период проведения чемпионата мира по футболу (n=50 публикаций за период с 01.05.2018 по 31.07.2018).

В настоящее время наблюдается симбиоз глобального и локального. При этом прогнозы относительно исчезновения локальных особенностей не до конца оправданы: регионы, понимая необходимость формирования собственного имиджа, отличающего их от других, стараются создать собственный бренд, сделав уникальные черты известными и узнаваемыми в мировом масштабе.

Так, наравне со старыми прижившимися символами российских городов (тульский пряник, посадская матрешка) выходят на мировой уровень новые бренды, например «Калашников» дополняется «Бурановскими бабушками» в Удмуртии. Другие бренды,

не имея возможности так быстро выйти на международный или даже всероссийский уровень, делают попытки выделить местное, создать узнаваемый образ региона за счет закрепления за ним ярких брендов. Например, Архангельск, родину М. Ломоносова, пытаются сделать в массовом сознании еще и родиной Снеговика (по аналогии с удачным брендом Великого Устюга), однако пока данный концепт не вышел далеко за пределы своей территории.

В национальных регионах процессы глокализации в силу специфики этнических и культурных особенностей имеют исторически сформированные большие возможности для закрепления и распространения, однако не всегда используются достаточно продуктивно. Рассмотрим, данные явления на примере одного из национальных регионов — Республики Мордовия.

В концепции глобализации выделяется несколько уровней: микро, мезо и макро. Кроме того, выделяют глобализацию сверху и снизу. По аналогии то же деление можно применить и к процессам глокализации.

Глобализация снизу построена на активности отдельных людей внутри своих локаций. При этом вызывает опасение усиливающееся воздействие информации на пользователя, которое делает из него «человека кликающего», что может привести к диссоциации личности индивида, когда он не может понять и выбрать, что из всего массива данных необходимо конкретно ему, и, как следствие, начинает потреблять все подряд. В данном случае можно даже противопоставить понятия «личность» и «пользователь», рассматривая последнего как обывателя, бездумно, без фильтрации потребляющего предложенную ему информацию — новостные ленты, рекламу, развлекательные видеоролики и т.д.

С одной стороны, это способствует стандартизации мышления, нацеленного на потребление, к неспособности создавать что-то необычное. Вместе с тем человек ощущает свою причастность к чему-то значимому, создается видимость присутствия и общения, зачастую так и остающаяся видимостью. Человек, не справляющийся с потоком информации и не способный использовать ее для своих целей (обучение, совершенствование необходимого навыка, углубленное изучение чего-либо, сразу же применимого в работе и т.д.), поглощается и «переваривается» глобализованным миром, становясь частью общей системы.

С другой стороны, развитие цифровизации способствует переходу «от потребления товаров и услуг — к потреблению “личного опыта”, “опыта субъективности”, направленного в первую очередь на внутреннее саморазвитие личности» [7, 26]. То есть на фоне общей массы, как и в другие эпохи, выделяются пассионарии — люди, способные не только справляться с потоком разнонаправленной информации, но и перерабатывать ее, а затем создавать на ее ос-

нове что-то новое. Говоря о них, можно представлять глокализацию снизу. В Мордовии примерами таких личностей могут служить певец Андрей Бочканов, перепевающий хиты на мордовском языке, финно-угорский блогер Оксана Белкина, художник-этнофутурист Юрий Дырин и др.

Глокализация же сверху представляет собой попытки правительств и отдельных групп искусственно сохранять и поддерживать какие-то локальные проявления. Этот процесс не может быть длительным при обособлении и эффективен лишь при наличии заинтересованности среди отдельных людей и социальных групп. Так, в Мордовии все меньше людей, знающих национальные языки («Мордовский плавильный котел. Съезд мордовского народа в Саранске», *Idel.Reалии*, 22.10.2019). При этом попытки правительства ввести принудительное изучение мордовских языков вызывают разнообразные реакции, в том числе и протесты (например, петиции), вместе с тем при отсутствии личной заинтересованности, погруженности в национальную среду, повседневного общения человек вряд ли сможет сохранить эти знания надолго.

В контексте данного деления средства массовой информации освещают как проявления глокализации сверху, так и снизу. При этом, если говорить об отдельных личностях, то чаще все же региональные газеты пишут уже об известных в пределах страны или даже в мировых масштабах личностях, имеющих мордовские корни («Хоккеист с мордовскими корнями Александр Овечкин вручил Трампу рождественский подарок», «ИНФО-PM/INFO-RM», 26.12.2019) или связь с республикой («панмордвинизм»), чем о людях, которые только пытаются стать знаменитыми. В связи с этим можно отметить в текстах медиа больше проявлений глокализации сверху. Однако не всегда это принимается аудиторией, в обществе ощущается некоторое недоверие к институтам региональной власти (рейтинг институционального недоверия — 57%) [8], поэтому решения и инициативы, идущие сверху, воспринимаются настороженно. Глокализация же снизу выглядит более естественной: вслед за одним заинтересованным человеком идут другие, поэтому традиционные медиа также должны чаще делать медиагероями отдельных «обычных» людей, давая им возможность представлять локальное.

Ориентируясь на философскую концепцию деления проявлений глобализации на микро-, мезо- и макроуровнях, можно по аналогии говорить и об уровнях глокализации. Так, глобализация локального на микроуровне может распространяться лишь в пределах небольшой аудитории. Количество людей и информационных ресурсов здесь также ограничено.

На мезоуровне локальное выходит за пределы своей территории и распространяется дальше — в нескольких регионах или по всей стране. Так, смена в Мордовии главы республики и назначение врио

А. Здунова, уроженца и экс-министра экономики Республики Татарстан, экс-председателя правительства Республики Дагестан, вывело повестку дня Мордовии за пределы республики — на несколько дней события попали в информационные ленты федеральных медиа («С кавказских гор в мордовские леса», «Коммерсантъ», 19.11.2020), затем на несколько недель оставались в повестке затронутых интересами регионов — республиках Поволжья и в Дагестане («Спасибо за Здунова: журналистка объяснила свой плакат на пресс-конференции Путина», «ТАТМЕДИА», 17.12.2020). Затем большая часть новостей снова вернулась в рамки микроуровня.

Другой пример — село Подлесная Тавла в Мордовии знаменито резчиками по дереву и тавлинской игрушкой. В рамках проведения чемпионата по футболу 2018 г. обсуждалось, что тавлинская игрушка может стать главным туристским брендом Мордовии, а затем и вовсе в публикациях региональных СМИ ее назвали символом финно-угорского мира. Тем не менее утверждение, что она «известна не только в России, но и во всем мире» («Столица С», 29.10.2018) несколько преувеличено, выше мезоуровня продвижение тавлинской игрушки не поднималось с момента окончания чемпионата. В большинстве же в село на экскурсии приезжают школьники разных возрастов со всего Саранска, что оставляет данное локальное проявление на границе микро- и мезоуровней.

Макроуровень — мировой, здесь локальное может становиться достоянием мирового сообщества, то есть полноценно иметь возможность перейти в статус глобального. Примером могут быть уже упомянутые выше «Бурановские бабушки», которые занимали мировую повестку в период проведения конкурса «Евровидение» в 2012 г. и некоторое время после него. Затем другие новости, события и персоны вытеснили их из мировой повестки, произошел переход на мезо-, а затем и на микроуровень. Без регулярных инфоповодов и упоминаний невозможно надолго удержаться в мировом медиапространстве, хотя окончательное забвение и не наступает сразу же.

В настоящее время на макроуровне стабильно находятся такие личности из Мордовии, как скульптор Степан Эрзя и мыслитель Михаил Бахтин. С их творчеством знакомы во всем мире, хотя и не на массовом уровне — круг знатоков больше элитарен. На массовом же уровне находятся стихийные бренды-локации, прежде всего мордовские лагеря.

В то же время в последние годы попыток вывести национальную специфику на глобальный уровень становится все больше. Сначала это был длительный период эксплуатации спортивной тематики, затронувшая историю взлета и падения спортивных ходоков. А потом — чемпионат мира по футболу 2018 г., когда в короткий срок происходила популяризация русской культуры и распространение ее символов по всему миру (кокошник, шапка-ушан-

ка, матрешка, боярский кафтан и т.д.). Параллельно с этим и Мордовия показывала иностранным болельщикам национальную одежду и угощала блюдами мордовской кухни.

После чемпионата усилилась глокализация снизу: музыкальный проект «Василиса», группа «Мерема», Е. Ледайкин, вернувшийся из Москвы возродить с. Паракино [9], и другие. Такие проявления глокализации снизу не носят массовый характер, а скорее являются элитарными, популярными в определенных, чаще всего национальных, кругах.

Это же совпадает с теорией Т. Фридмана, в которой он обосновывает мысль о том, что в обществе, нивелированном информационными технологиями, идет третий этап глобализации — глобализация среди отдельных людей и их небольших групп [10].

Однако, согласно теории Баумана, «туристы» и есть эти пассионарии, развивающие локальное и пытающиеся выйти за границы своего региона. В то же время ощущается и отрицательное воздействие глобализации на людей — «бродяг», которых глокализация застаёт врасплох [11, 40–41].

Известен случай, когда мужчина, чей дом находился на пути строящейся трассы, стал жить в машине после того, как произошло насильственное выселение и снос дома [12]. Предлагаемая за дом компенсация не могла покрыть расходов по приобретению подобного жилья, а оставлять дом, изменив проект постройки дороги, власти не стали. Данный случай не являлся в Мордовии единичным. В некоторых домах после обращения в суд происходило возгорание, в одном после въезда строительной техники хозяйка совершила самоподжог [13]. В свете этих событий более чем актуально говорить о «прикованных к одному месту “бродягах”, которые в связи с быстро проникающей во все сферы глобализацией могут лишиться своего привычного и комфортного окружения» [3, 204–205]. Несмотря на широкую огласку, об этих случаях писали в основном лишь федеральные СМИ, а региональные обошли молчанием.

Другая проблема многих регионов — отсутствие рабочих мест. В основном это вынуждает уезжать на заработки жителей сел и деревень, но актуальна она и для горожан — массовый отток кадров из Саранска на заработки в более крупные города, основным из которых является Москва, продолжается. Однако уезжают, не всегда стремясь к благам, представленным глобализацией, нередко люди, привыкшие к размеренному, негородскому ритму жизни, чувствуют себя некомфортно в городских условиях и были бы рады вернуться к своим корням, но отсутствие рабочих мест и необходимой для жизни инфраструктуры (например, районной поликлиники), не дает такой возможности.

И если тема миграции из Саранска и массового выезда на заработки долго считалась запретной и упоминалась лишь вскользь, то в последние годы

о ней стали больше писать региональные СМИ: «Рейтинг: Саранск вошел в число городов, из которых жители хотят уехать» («Pro Город», 21.08.2019), «Я хочу уехать из Саранска: почему молодежь бежит из города» («Городские рейтинги. Саранск», 11.11.2019), Мордовия вошла в топ регионов по числу уехавшего населения («Столица С», 23.01.2019) и др.

В то же время усиливается проникновение глобальных тенденций в жизнь региона. Отчасти этому способствовал и чемпионат мира по футболу, упомянутый выше. При этом наблюдается стабильный прирост количества иностранных граждан, проживающих в Мордовии и поступающих здесь в вузы. Так, в 2015 г. в МГУ им. Н. П. Огарёва обучались 874 иностранных студента, в 2017 г. — 1484 человека, а в 2020 г. — уже 2274 человека. Однако в целом в медиа создается отрицательный образ иностранного студента — в основном найденные публикации относятся к рубрике «Криминал». Так, в материалах нередко упоминаются случаи, когда граждане других стран являлись пострадавшими в результате каких-то противоправных деяний («17-летний иностранный студент-медик был зверски зарезан ночью на улице», «Столица С», 15.06.2020; «В Мордовии студент МГУ им. Огарёва заказал у мошенников ожерелье за 76 тысяч рублей», 06.06.2020; «Саранский студент порезал иракца в кальянной “Green Lounge 13”», 04.03.2019), но встречаются и публикации, где иностранцы предстают как нарушители («В Мордовии один из заболевших коронавирусом — иностранный студент, который до последнего жил в студенческом общежитии», «Столица С», 10.04.2020; «В Саранске оштрафовали четырех иностранных студентов», 19.04.2019; «15-летняя жительница Саранска забеременела от иностранца», 07.05.2018).

Гораздо реже в материалах об иностранцах (в 23%) они сами становятся героями интервью или очерков, рассказывают о своей уникальной культуре и традициях, о том, как им живется в Мордовии («Почему студентке из Туркменистана нравится учиться в Саранске», «Столица С», 23.01.2019; «У меня есть мечта — открыть в Саранске персидский ресторан!»), 16.03.2020). Данные медиатексты, как правило, формируют положительный образ иностранных граждан.

При этом по поисковому запросу «иностранец» анализ показал еще большее количество публикаций, в которых герои являются нарушителями закона (90%).

Общая тенденция к проникновению глобального наблюдается и на фоне увеличения количества людей, изучающих иностранные языки. Об этом говорит расширившийся рынок услуг преподавателей и репетиторов. Здесь, кроме обучения английскому языку, предлагается и обучение немецкому, французскому, испанскому, итальянскому, арабскому, чешскому, португальскому, турецкому и т.д. Среди молодых людей

также популярно самообучение с использованием интернет-ресурсов тем языкам, носителей которых сложно найти в регионе (например, корейскому языку). Однако СМИ почти не пишут об этом («В Мордовии школьники начнут изучать китайский и испанский языки!», «Столица С», 03.03.2020) — в основном все материалы, касающиеся изучения языков, посвящены мордовскому языку («Глава Мордовии Владимир Волков призвал объединить усилия для сохранения национальных языков», «Столица С», 21.02.2020).

Таким образом, на фоне проникновения общих глобальных тенденций в локальное пространство невозможно неизменное сохранение местных особенностей доглобальной эпохи. Национальная, региональная специфика должна трансформироваться и выходить на планетарный уровень в большей степени через индивида, чем через отдельные СМИ. Современные коммуникативные технологии сильно сократили цепочку движения информации, сделав возможным доставку контента от отдельного человека сразу на планетарный уровень. Такие свойства информационных потоков, как мгновенность, проницаемость, обратимость, многоуровневость позволяют снять временные и географические барьеры, однако появляется проблема перегруженности информационного пространства. Сегодня мессенджеру мало попасть в глобальную среду — необходимо еще привлечь внимание аудитории, выделиться на фоне множества других инфоповодов и удержаться в повестке дня длительное время.

Глокализация позволила вывести многие локальные особенности на глобальный уровень, сменив тенденции их изоляции в замкнутом пространстве. Однако из-за преобладающих тенденций глокализации сверху происходит искусственное поддержание некоторых идей и ценностей, их навязывание, несмотря на непопулярность в обществе. Вероятно, это можно связать с их слабой адаптацией в современном мире, нежеланием или невозможностью подстраивать культурные особенности под существующие реалии. Без этих изменений, пока локальное не станет массовым, не превратится в жизнеспособный мем (вирус, способный самораспространяться в обществе) [14, 257], невозможно будет прочно закрепить и продвинуть локальные особенности в глобальном пространстве. Отсюда и успехи азартных современных молодежных проектов, нацеленных на популяризацию и способных конкурировать даже с зарубежными образцами. Показательна популяризация эчпочмака (татарского пирожка) через мемы, в том числе медиамемы, позволившая распространить и сделать его узнаваемым и продаваемым по всей России. К сожалению, мордовские национальные блюда и напитки (пачи, пуре, поза) не вышли дальше локального уровня даже после попытки угощать местной кухней иностранных болельщиков на чемпионате мира 2018 г.

Большая роль в продвижении местного на глобальный уровень, в превращении привычных вещей в популярные в массах мемуидеи принадлежит медиа, как традиционным, так и новым. Однако пока в Мордовии проникновение глобального в национальное намного опережает обратный процесс. Популяризировать национальное, выводить бренды, товары и культуру на более высокий уровень особенно актуально в свете развития внутреннего туризма в России, инициированного пандемией COVID-19. В Мордовии такие попытки тоже предпринимаются («В национальном парке “Смольный” открылись игровой экопарк и тропа здоровья», «ИНФО-РМ/INFO-RM», 22.08.2020; «Мордовия подписала соглашение о сотрудничестве в сфере туризма с Нижегородской областью», «Известия Мордовии», 23.01.2021).

Если говорить об изменениях, произошедших в 2020 г., то пандемия и вынужденная изоляция людей дали возможность усилению тенденций глокализации — больше заговорили не только о внутреннем туризме, но и об организации досуга, покупках и т.д. Мир, в котором, как казалось, уже нельзя установить барьеры, неожиданно вынужден был закрыть границы между странами, ограничить передвижение людей внутри стран или даже городов, запретить поездки. Вместе с тем, тенденции цифровизации только усилились — коронавирус подтолкнул к более быстрому переходу к цифровым технологиям многие сферы — образование, досуг, услуги, науку, религию и т.д. В медиасфере локальные новости (эпидемиологическая обстановка в городе) стали намного опережать по вовлеченности аудитории новости федеральные и мировые даже на тему того же вируса (кто из знаменитых людей заболел). То есть, если раньше подобной популярностью пользовалась муниципальная пресса — традиционно «районка» была близкой народу, то сейчас подобное распространилось и на региональные новости. Одновременно с этим выросло потребление разных видов информации, наблюдался «всплеск медиапотребления» [15], при этом расширения источников потребления («информационного пузыря») не происходит.

Таким образом, глокализация проявляет себя в разных сферах жизни современного общества, в том числе и в медиа или через медиа, которые являются ретранслятором происходящих социальных изменений.

Регионы сегодня становятся площадками для развития глокализации, в том числе и в сфере медиа. Наблюдается тенденция к созданию собственного узнаваемого имиджа, который поможет выделиться из числа подобных, а специфика этнических и культурных особенностей в национальных республиках повышает их возможности глобализации местного.

По аналогии с концепцией глобализации было выделено и обосновано несколько уровней глокализации: микро, мезо и макро, а также выделена глокализация сверху и снизу. При этом в текстах медиа Республики Мордовия можно отметить большее проявление глокализации сверху, что воспринимается аудиторией настороженно в связи с недоверием к институтам власти. Следовательно, работникам медиа нужно в большей степени сосредоточиться на информировании о народных инициативах, а также об отдельных личностях, которые пытаются продвигать национальную специфику за пределы региона. Что касается уровней глокализации, то медиаповестка в основном не выходит дальше микро- и мезоуровней, лишь некоторые темы находятся на макроуровне, и то, распространяясь больше среди элитарной аудитории.

Чемпионат мира по футболу 2018 г., несмотря на возлагаемые надежды, не выдвинул Мордовию на макроуровень, не помог продвинуть какие-либо бренды и исчез спустя некоторое время даже из тем региональных СМИ. Это можно рассматривать в том числе и как неэффективную информационную политику в регионе. Однако сегодня все же можно наблюдать увеличение инициатив отдельных людей как проявлений глокализации снизу.

Можно выделить различные тенденции проникновения глобального: положительные — интерес к изучению иностранных языков, рост числа иностранных студентов; отрицательные — выселение людей из их домов, невозможность найти работу в регионе. Но при этом медиа, избегая освещения отрицательных тем, не отражают и преимущества. Так, вместо создания имиджа региона, привлекательного для иностранцев, пишут о криминальных происшествиях с их участием, а изучение языков затрагивается в основном лишь при освещении темы мордовских языков. Вероятно, это является неудачной попыткой приостановить проникновение глобального в локальное пространство. Но сохранение местных особенностей во всеобщую эпоху глобализации невозможно, необходима трансформация локального и продвижение его среди широкой аудитории.

Современные технологии и возможности новых медиа сделали это возможным, а способность медиа создавать медиамемы позволяет превращать информацию в популярные в массах мемуидеи. Однако в Мордовии это пока не развито.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социологический словарь. — М., 2004. — Режим доступа: https://sociological_dictionary.academic.ru/130 (дата обращения: 25.01.2021).
2. Сергей Капица: История десяти миллиардов // Сноб. — 2012. — № 6 (46). — Режим доступа: <https://snob.ru/magazine/entry/49621> (дата обращения: 25.01.2021).

3. Дементьева К. В. Медиакommunikации региона в условиях глобализации и глокализации информационного пространства (на примере СМИ Республики Мордовия) / К. В. Дементьева // Научный диалог. — 2020. — № 8. — С. 200–214.
4. Корнеев Н. Ю. Глокализация информационного пространства в современных спортивных СМИ (на примере освещения зимних Олимпийских игр 2010 года) / Н. Ю. Корнеев // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. — 2010. — № 1. — С. 67–73.
5. Гайнуллина А. Ф. Глокализация медиaprостранства: коммуникативные стратегии взаимодействия глобальных и локальных трендов / А. Ф. Гайнуллина // Российская школа связей с общественностью. — 2011. — № 2. — С. 169–173.
6. Матвеев А. С. Глокализация как предмет научных медиаисследований (на примере развлекательного телевидения) / А. С. Матвеев // Научный альманах. — 2015. — № 8 (10). — С. 1444–1446.
7. Девяткин С. В. От общества потребления к «обществу впечатлений» (динамика видов потребления) / С. В. Девяткин // Культурные индустрии в институтах общества потребления. Материалы Всероссийской научной конференции. — Великий Новгород, 2020. — С. 26–29.
8. Доверие институтам // Левада-Центр. — 2020. — 21 сент. — Режим доступа: <https://www.levada.ru/2020/09/21/doverie-institutam/> (дата обращения: 25.01.2021).
9. Шевченко М. Любовь в действии. Как в мордовском селе придумали способ передать детям чувство Родины / М. Шевченко // ТАСС. — 2019. — 19 дек. — Режим доступа: <https://tass.ru/v-strane/7369587> (дата обращения: 25.01.2021).
10. Фридман Т. Плоский мир 3.0. Краткая история XXI века / Т. Фридман. — М.: АСТ, 2014. — 640 с.
11. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / З. Бауман / Пер. с англ. — М.: Весь Мир, 2004.
12. Помеха на дороге. Мужчина поселился в машине после того, как его дом снесли ради шоссе // SmartNews. — 2013. — 20 сент. — Режим доступа: <http://smartnews.ru/regions/saransk/11205.html> (дата обращения: 25.01.2021).
13. Соколов Д. Как в Саранске жгут дома и отнимают территории ради ЧМ-2018 / Д. Соколов // Собеседник. ru. — 2017. — 1 апр. — Режим доступа: <https://sobesednik.ru/sport/20170401-kak-v-saranske-zhgut-doma-i-otnimayut-territorii-radi-chm-20> (дата обращения: 25.01.2021).
14. Дементьева К. В. Медиамем и его роль в формировании полиэтничного общества / К. В. Дементьева // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2018. — № 53. — С. 257–278.
15. Как поменялось медиапотребление в условиях коронавируса // PR News. — 2020. — 29 апр. — Режим доступа: <https://vc.ru/media/123731-kak-pomenyalos-mediapotreblenie-v-usloviyah-koronavirusa> (дата обращения: 25.01.2021).

Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарёва

Дементьева К. В., кандидат филологических наук, доцент
кафедры журналистики

E-mail: dementievakv@gmail.com

Ogarev Mordovia State University
Dementieva K. V., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Journalism Department
E-mail: dementievakv@gmail.com