

# Коммуникации. Медиа. Дизайн

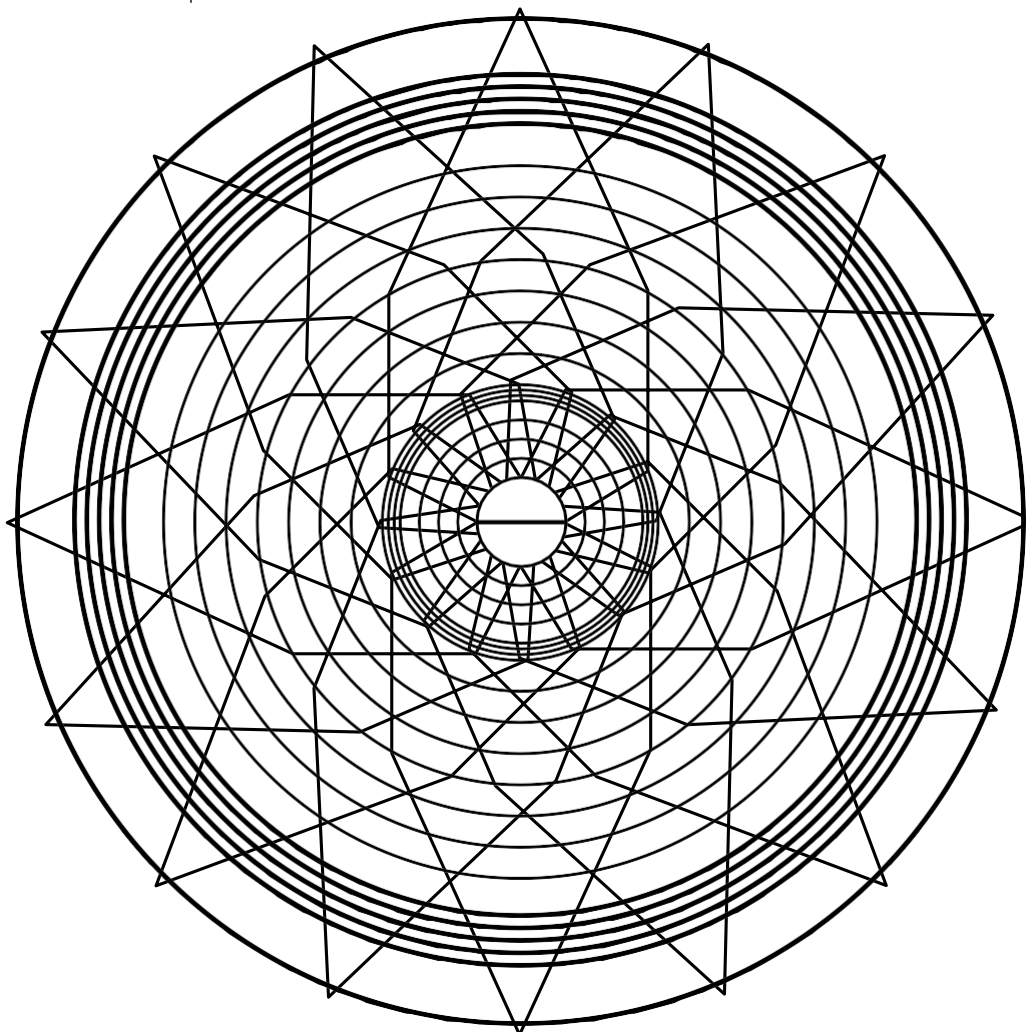
№2

Коммуникации. Медиа. Дизайн



HSE  
ART  
AND  
DESIGN  
SCHOOL

2023





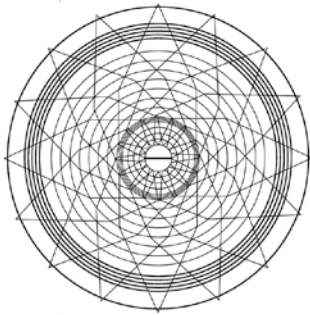


# Редколлегия

**БУКИЙОН Филипп**, Ph.D., Université Paris13 (Франция)  
**ВАРТАНОВА Елена**, д.филол.наук, МГУ (Россия)  
**ВЕЛИКОДНАЯ Ирина**, к.филол.н, Музей истории МГУ (Россия)  
**ДЗЯЛОШИНСКИЙ Иосиф**, доктор наук, НИУ-ВШЭ (Россия)  
**ДУКОВ Евгений**, д.филол.н., Государственный институт искусствознания (Россия)  
**ЗВЕРЕВ Сергей**, НИУ-ВШЭ (Россия)  
**ИВАНОВ Дмитрий**, д.соц.н., Санкт-Петербургский государственный университет (Россия)  
**КАСК Анна**, кандидат искусствоведения, ГМИИ им. А.С.Пушкина (Россия)  
**КИРИЯ Илья**, доктор наук, НИУ-ВШЭ (Россия)  
**КОРКОНОСЕНКО Сергей**, д.пол.н., Санкт-Петербургский государственный университет (Россия)  
**КОРОЧЕНСКИЙ Александр**, д.филол.н., НИ Белгородский государственный университет (Россия)  
**КРЭЙГ Роберт**, Ph.D., Университет Колорадо (США)  
**КУЖЕЛЕВА-САГАН Ирина**, д.филол.н., НИ Томский государственный университет (Россия)  
**КУЛИКОВА Людмила**, д.филол.н., ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»  
**МЕЩЕРЯКОВ Арсений**, НИУ-ВШЭ (Россия)  
**НИГРЕН Гуннар**, Ph.D., Södertörn University, Huddinge (Швеция)  
**ПЕРЛИНЖЕЙРУ Рикарду**, Федеральный университет Флуминенсе, Рио-де-Жанейро (Бразилия)  
**ПОКРОВСКИЙ Никита**, д.соц.н., НИУ-ВШЭ (Россия)  
**РИВЧУН Татьяна**, д.экон.н., НИУ-ВШЭ (Россия)  
**САВЕЛЬЕВА Ольга**, д.соц.н., НИУ-ВШЭ (Россия)  
**УРАЗОВА Светлана**, д.филол.н., ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии» (Россия)  
**ФЕДОРОВ Александр**, д.пед.н., Ростовский государственный экономический университет (Россия)  
**ЭММЕР Мартин**, Ph.D., FreieUniversität Berlin (Германия)

# Editorial Board

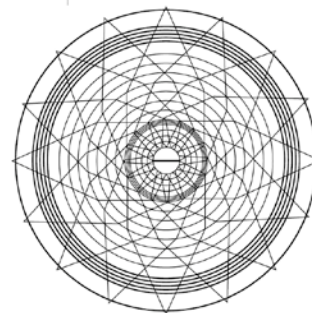
**BOUQUILLION Philippe**, Ph.D., Université Paris13 (France)  
**CRAIG Robert**, Ph.D., University of Colorado Boulder (USA)  
**DUKOV Evgeniy**, Ph.D. State Institute of Art Studies, Moscow (Russia)  
**DZYALOSHINSKY Iosif**, Doctor of Sciences, HSE (Russia)  
**EMMER Martin**, Ph.D., FreieUniversität Berlin (Germany)  
**FEDOROV Alexandr**, Ph.D., Rostov State University of Economics (Russia)  
**IVANOV Dmitriy**, Ph.D., Saint-Petersburg State University (Russia)  
**KASK Anna**, Ph.D., Pushkin State Museum of Fine Arts (Russia)  
**KIRIA Ilya**, Ph.D., HSE (Russia)  
**KORKONOSSENKO Sergey**, Ph.D., Saint-Petersburg State University (Russia)  
**KORCHENSKIY Alexandr**, Ph.D., NRU «Belgorod State University» (Russia)  
**KUZHELEVA-SAGAN Irina**, Ph.D., National Research Tomsk State University (Russia)  
**KULIKOVA Lyudmila**, Ph.D., Siberian Federal University, Krasnoyarsk (Russia)  
**MESCHERYAKOV Arseniy**, HSE (Russia)  
**NYGREN Gunnar**, Södertörn University, Huddinge (Sweden)  
**PERLINGEIRO Ricardo**, Fluminense Federal University (Brazil)  
**POKROVSKIY Nikita**, Ph.D., HSE (Russia)  
**RIVCHUN Tatiana**, Ph.D., HSE (Russia)  
**SAVELYEVA Olga**, Ph.D., HSE (Russia)  
**URAZOVA Svetlana**, Ph.D., Academy of Media Industry (Russia)  
**VARTANOVA Elena**, Ph.D., Moscow State University (Russia)  
**VELIKODNAYA Irina**, Ph.D., Museum of history, Moscow State University (Russia)  
**ZVEREV Sergey**, Higher School of Economics (Russia)



## НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

<b>Три модели десять лет спустя. Предисловие научного редактора перевода</b> Давыдов С. Г.	5-7
<b>Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?</b> Даниэль Халлин, Манчини Паоло	8-32
<b>Медиасоциология: предметное и образовательное пространство</b> Коломиец Виктор Петрович	33-51
<b>Академическая культура преподавателя журналистики</b> Корконосенко Сергей Григорьевич	52-65
<b>Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях</b> Волковский Д. В.	66-92
<b>Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ</b> Воронина С.Н., Кармызова Д.Д.	93-110
<b>Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории</b> Попова Валерия Викторовна	111-117
<b>Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки в современном английском языке</b> Сидоренко Елизавета Максимовна, Дини Ирина Анатольевна	118-143
<b>Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа <i>Einstürzende Neubauten</i></b> Сыч О. Н.	144-155
<b>Свет, пространство, восприятие: взаимосвязь и дизайн визуальной среды</b> Петти Маргарет Мейл	156-194

# [Table of Contents]



## SCIENTIFIC ARTICLES

<b>Three Models Ten Years After. Foreword from Scientific Redactor of Translation</b> Davydov S. G.	<b>5-7</b>
<b>Ten Years After Comparing Media Systems: What We Have Learned?</b> Hallin Daniel, Manchini Paolo	<b>8-32</b>
<b>Media Sociology: Subject and Educational Space</b> Kolomiets Viktor Petrovich	<b>33-51</b>
<b>Academic Culture of a Journalism Teacher</b> Korkonosenko Sergey Grigorievich	<b>52-65</b>
<b>Types of Disagreement in Online Political Conversation: Analysis of American Discussions on the Second Impeachment of D. Trump on Social Media</b> Volkovskii D.	<b>66-92</b>
<b>The Problem of Digital Inequality of Older People in Belarus: Methodological and empirical analysis</b> Voronina Svetlana N., Karmyzova D. D.	<b>93-110</b>
<b>Convergence of Political Shows on TV in Russia and Its Impact on Audience Expansion</b> Popova Valeriia Dmitrievna	<b>111-117</b>
<b>Linguistic Understanding of The Muslim Woman Status in Modern English</b> Sidorenko Elizaveta Maksimovna, Deeney Irina Anatolievna	<b>118-143</b>
<b>Performative Practices as a Tool of the Avant-Garde Image Formation of Einstürzende Neubauten</b> Sych O. N.	<b>144-159</b>
<b>Light, Space, Perception: Relationality and the Design of the Visual Environment</b> Petty Margareth Mail	<b>160-172</b>

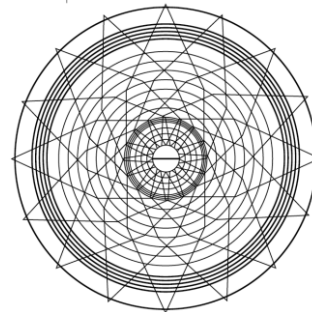


## [От редакции]

Давыдов С. Г.

*Три модели десять лет спустя.*

*Предисловие научного редактора перевода*



## ТРИ МОДЕЛИ ДЕСЯТЬ ЛЕТ СПУСТЯ. ПРЕДИСЛОВИЕ НАУЧНОГО РЕДАКТОРА ПЕРЕВОДА

### **Давыдов С. Г.**

кандидат философских наук, доцент, старший научный сотрудник международной лаборатории исследований социальной интеграции Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»  
(Москва, Россия)  
[sdavydov@hse.ru](mailto:sdavydov@hse.ru)

Имена Даниэля Халлина и Паоло Манчини не нуждаются в представлении исследователям медиа и коммуникаций. Хотя оба автора имеют в своей библиографии немало заслуживающих интерес научных публикаций, своей широкой известности они обязаны одной совместно написанной книге - «Сравнивая медиасистемы: три модели медиа и политики» (2004). Хотя русский не входит в число девяти языков, на которые переведена эта работа, она весьма часто цитируется, в том числе, в русскоязычной научной литературе.

Главный результат анализа Халлина и Манчини - те самые три модели, упомянутые в подзаголовке. Напомним, что предмет анализа «Сравнивая медиасистемы» - взаимодействие и взаимовлияние современных медиасистем и политических систем в 18 странах Западной Европы и Северной Америки. При этом под медиасистемой авторы понимают прежде всего новостной контент и его производителей. Три модели, подробно охарактеризованные в книге, следующие:

1. средиземноморская, или поляризованная плюралистическая (Греция, Испания, Италия, Португалия, Франция);
2. североευропейская, или демократическая корпоративистская (Австрия, Бельгия, Дания, Финляндия, Германия, Нидерланды, Норвегия, Швеция, Швейцария);
3. североатлантическая, или либеральная (Великобритания, Ирландия, Канада, США).

Одна из причин популярности исследования Халлина и Манчини заключается в том, что, акцентируя внимание на вариативность медиасистем в странах «коллективного Запада», они развенчивают миф о существовании единого «либерального» вектора исторического развития медиа. Соответствующая декларация содержится в классической работе Фрэнка Сиберта, Теодора Петерсона и Уилбура Шрамма «Четыре теории прессы» (1956). Справедливости ради следует сказать, что Халлин и Манчини тепло и уважительно отзываются о нормативной традиции, начатой Сибертом и соавторами, считая ее по-прежнему перспективной для определенных направлений анализа. Тем не менее очевидно, что после публикации «Сравнивая медиасистемы» именно эта работа стала



## [От редакции]

Давыдов С. Г.

*Три модели десять лет спустя.*

*Предисловие научного редактора перевода*

главным теоретическим источником для исследователей медиасистем, вытесняя «Четыре теории...» с данной позиции. Более того, при непростою для запоминания нейминге, модели Халлина и Манчини вошли в число наиболее воспроизводимых мемов медиатеории, наряду с афоризмами Маршалла Маклюэна, «Пятью вопросами» Гарольда Лассвелла и др.

Другой важный элемент «Сравнивая медиасистемы», хотя и не так часто обсуждаемый, - авторская методика исследования. Халлин и Манчини работают в качественной парадигме. Для систем медиа они определили четыре направления анализа: структура медиарынков, политический параллелизм, профессионализация журналистики, а также степень и формы вмешательства государства в медиасистему. Для политических систем направлений анализа пять: различия в отношениях государства и общества, тип демократии (консенсусная или мажоритарная), тип плюрализма (индивидуализированный или организованный, умеренный или поляризованный) и развитие рационально-правовых органов власти.

Оргинальный, комплексный, сложно масштабируемый исследовательский подход «Сравнивая медиасистемы», многократно подвергалась критике, часто справедливо, и авторы это признают. Однако здесь тот самый случай, когда принципиально важно именно наличие методики. Эмпирический подход к анализу медиасистем Халлин и Манчини использовали впервые; Сиберт, Петерсон и Шрамм, по самоопределению, работали в жанре эссе.

Статья, перевод которой мы предлагаем сегодня вниманию читателя, содержит результаты авторской рефлексии по поводу десятилетней дискуссии, развернувшейся вокруг книги «Сравнивая медиасистемы» и последующих исследований на данную тему. Привлечь внимание русскоязычного исследовательского сообщества к этому тексту накануне двадцатилетия исходной публикации мы считаем важным по нескольким причинам.

Во-первых, Халлин и Манчини не считают свои модели чем-то «железобетонным», определенным раз и навсегда; подобная интерпретации видится им глубоко ошибочной. Медиасистемы – сложные и развивающиеся; различные методики анализа, фокусы и углы зрения могут приводить к иным группировкам стран. Примеры таких группировок и их обоснованность рассматриваются в статье.

Во-вторых, важным вектором развития исследовательского направления в методическом плане, который не могут игнорировать современные ученые, стала разработка количественных подходов к анализу медиасистем. Халлин и Манчини изначально такую задачу не ставили, однако разделяют мнение о ее важности и перспективности.

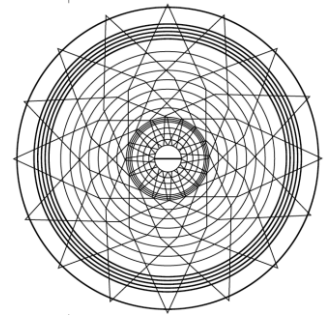
В-третьих, авторы «Сравнивая медиасистемы» дают ответы на критические замечания по поводу устаревания работы. В частности, рассматривается вопрос трансформации медиасистем в условиях развития Интернет-коммуникаций и онлайн медиа.

## [От редакции]

Давыдов С. Г.

*Три модели десять лет спустя.*

*Предисловие научного редактора перевода*



В-четвертых, уровень и масштаб научной дискуссии, развернувшейся вокруг исходной публикации, заслуживают отдельного упоминания. Это прекрасный кейс вдумчивого, многостороннего, развивающего обсуждения проблемного поля, очевидно приносящего пользу для всего исследовательского сообщества.

Надеемся, что знакомство с данной статьей станет полезным для всех социальных исследователей, интересующихся теорией и эмпирическим анализом медиасистем.



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

### СРАВНИВАЯ МЕДИАСИСТЕМЫ: ДЕСЯТЬ ЛЕТ СПУСТЯ. ЧТО МЫ УЗНАЛИ?<sup>1</sup>

**Халлин Д. К.**

Ph.D., профессор Калифорнийского университета в Сан-Диего

(Сан-Диего, США)

[dhallin@ucsd.edu](mailto:dhallin@ucsd.edu)

**Манчини П.**

Ph.D., профессор Университета Перуджи

(Перуджа, Италия)

[paolo.mancini@unipg.it](mailto:paolo.mancini@unipg.it)

#### Аннотация:

В этой статье мы проводим обзор исследований, опубликованных после выхода в свет книги «Сравнивая медиасистемы» (Comparing Media Systems<sup>2</sup>), целью которых являлось либо практическое применение концепций, обсуждаемых в этой работе, а также тестирование представленной там структуры, либо предложение альтернативных вариантов этих концепций или их пересмотр. Основное внимание мы уделяем научным работам, относящимся к тем восемнадцати кейсам, о которых шла речь в «Сравнивая медиасистемы», учитываем достижения в разработке количественных показателей по этим кейсам для ключевых переменных, анализируем исследования, проверяющие, как классифицируются случаи в «Сравнивая медиасистемы», исследования, в которых сравнительный анализ западных медиасистем распространяется на новые медиа, и исследования, посвященные постепенному переходу к либеральной модели. В заключительном разделе мы сконцентрируемся на ограничениях исследований, проводившихся в течение 10 лет после публикации книги «Сравнивая медиасистемы», в частности, сделаем акцент на количественной операционализации и на некоторых трудностях в использовании количественного анализа для изучения сложных динамических систем.

**Ключевые слова:** сравнительный анализ, конвергенция, медиасистемы, качественный сравнительный анализ (QCA)

<sup>1</sup> Перевод выполнен по изданию: Hallin, D. C., Mancini, P. (2017) Ten Years After Comparing Media Systems: What Have We Learned? Political Communication, 34(2), 155-171.

<https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1233158> **Переводчик:** Парашкова А. В., **научный редактор перевода:** Давыдов С. Г.

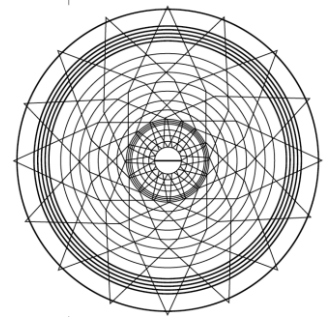
<sup>2</sup> Hallin, D. C., Mancini, P. (2004). Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge University Press.



## [Научные статьи]

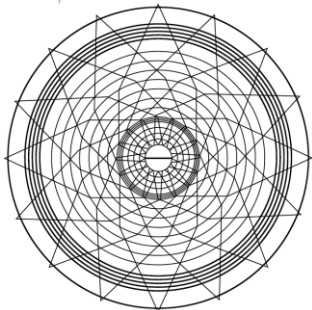
Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



В заключении к «Сравнивая медиасистемы» мы писали: «Представленный здесь анализ является в значительной степени предварительным, пробным... Надеемся, другие ученые разовьют многие из предложенных здесь идей. И, несомненно, когда они это сделают, не все из наших утверждений окажутся правильными или достаточно проработанными» (Hallin & Mancini 2004, p. 302). С момента публикации «Сравнивая медиасистемы» прошло более 10 лет, и за это время многие ученые действительно развили предложенные нами идеи. В многочисленных исследованиях предпринимались попытки операционализировать, проверить, уточнить, изменить и прояснить наши концепции и гипотезы. Другие ученые двигались параллельно с нашим анализом, ссылаясь на него, но поднимая другие вопросы. Объем исследований, существующих сегодня, а также во многих отношениях и их качество, значительно выше, чем в то время, когда была написана наша книга.

В этой статье мы оцениваем, какими знаниями обогатили данную сферу исследования последних десяти лет, сосредоточив внимание на работах, которые были нацелены на проверку или уточнение анализа, предложенного в «Сравнивая медиасистемы». За эти годы появился ряд статей, в которых разбирается наш подход, многие из которых мы уже рассматривали (Hallin & Mancini, 2012). Здесь же мы сосредоточимся главным образом на эмпирических исследованиях и прокомментируем способы использования и операционализации нашей концептуальной схемы, элементы этой схемы, которые, по нашему мнению, получили подтверждение или были поставлены под сомнение, а также предлагаемые модификации или альтернативы. Во многих из упомянутых здесь работ предпринимались попытки применить концептуальную схему «Сравнивая медиасистемы» в реализации количественного исследования. Одна из основных наших целей – оценить эти усилия, их вклад в сравнительный анализ, а также связанные с ними ограничения. За последние 10 лет по данной теме опубликовано столько трудов, что охватить их все не представляется возможным. Мы постарались рассмотреть максимально возможное для короткой журнальной статьи число исследований, тесно связанных со сравнением медиасистем. Меньше внимания мы уделили другим важным работам (значимыми примерами могут служить Albaek, van Dalen, Jebriil, & de Vreese, 2014 или de Vreese, Esser, & Норман, 2016), которые ссылаются на «Сравнивая медиасистемы», но не пытаются проверить или применить предложенную нами концептуальную схему, а рассматривают различные наборы связей. Кроме того, мы делаем особый акцент на исследовании исходных восемнадцати «западных» медиасистем, включенных в наш анализ. В других работах рассматривался вопрос о том, как охватить более широкий круг систем (особенно примечательны в этом отношении Chakravartty and Roy, 2013; Guerrero, 2014; de Albuquerque, 2013; Rantanen, 2013; Voltmer, 2013; Hallin and Mancini, 2012b), однако они связаны с концептуальными и методологическими вопросами, которые мы не будем пытаться затрагивать в рамках данной статьи.



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

### **Использование концептуальной схемы книги «Сравнивая медиасистемы»**

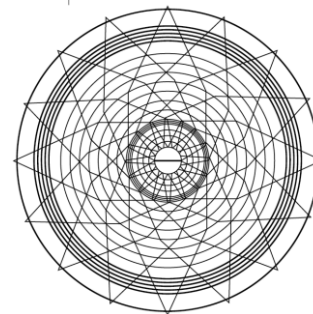
Все ученые, ссылавшиеся на нашу книгу, делали это, преследуя различные цели. Эти цели делятся на четыре категории, которые необходимо разграничить с самого начала. Первая категория целей — это *разработка теории*. Во многих исследованиях теоретические рамки книги «Сравнивая медиасистемы» подвергаются тщательному изучению, что сопровождается пересмотром основных понятий, выделением концепций, не включенных в наш анализ, или выдвиганием альтернативных интерпретаций связей, в отношении которых мы высказывали определенные гипотезы. Так, например, Роллан (Rolland, 2008) рассматривает вопрос о том, приближаются ли медиасистемы к либеральной модели (это весьма популярный предмет исследований, к которому мы еще вернемся). Он утверждает, что в Норвегии государство сопротивляется стремлению СМИ оказывать все большее влияние на политическую систему, значительно повышая свою роль регулятора. По мнению Роллана, мы в своем анализе роли государства в странах с корпоративной демократией недооцениваем то, насколько активные действия предпринимают государственные органы для сохранения своей власти как института, и как следствие в регулировании медиа в скандинавских странах стал преобладать не технический, а политический императив. Другим примером может служить исследование Дауни, Михель и Кёнига (Downey, Mihelj, and König, 2012), которые разрабатывают типологию публичных сфер на основе нормативной теории, а затем выясняют, как она связана с эмпирическими изменениями в медиасистемах, включая наши три типа. Хамфрис (Humphreys, 2012) предлагает ряд переменных, которые, по его мнению, не учитываются в нашем анализе, включая федерализм и размер медиарынков.

Другой (возможно, самой незамысловатой и распространенной) целью использования нашей работы является отбор кейсов. Сегодня среди ученых, специализирующихся на странах Европы, принято определять рассматриваемые кейсы как «имеющие принадлежность» к одной или нескольким из наших трех моделей. Это делается с различными целями: иногда просто для того, чтобы соотнести кейс с другими подобными ему; иногда для того, чтобы показать, что выборка в некотором смысле «репрезентативна»; иногда для проверки или исследования гипотез о влиянии контекста, задаваемого медиасистемой, на определенные переменные – чтобы выяснить, можно ли на основе нашей типологии спрогнозировать значение медиасистемы для какой-либо переменной. В этих последних случаях использование нашей схемы обычно выходит за рамки выбора кейса для разработки гипотезы. Многие исследования содержат ценные данные о том, как различаются (или не различаются) кластеры анализа кейсов по целому ряду переменных, не включенных в наш анализ (Albaek et al., 2014; Woczkowski, Mitchelstein, & Walter, 2011; Goldman & Mutz, 2011). То, что принадлежность к одному из наших типов используется для идентификации кейсов, показывает насколько значим контекст на системном уровне для

## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

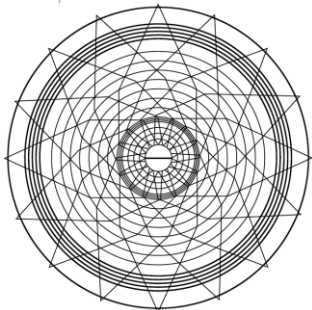


медиаисследований. Однако, во многих рукописях, которые мы вычитываем для различных журналов, мы видим, что авторы делают это довольно небрежно, не задумываясь особо ни над тщательным сопоставлением конкретного кейса с нашими моделями (поскольку многие кейсы не полностью совпадают с «идеальными типами»), ни над тем, действительно ли какие-то элементы рассматриваемого типа связаны с вопросами исследования, и если да, то какие именно.

### **Количественная операционализация**

Третья категория – это исследования, направленные на операционализацию (чаще всего количественную) конкретных переменных или критериев, используемых в «Сравнивая медиасистемы». Наш анализ, как мы уже признали, был слабо подтвержден количественными данными. В отличие от некоторых других областей сравнительного анализа (прежде всего поведения при голосовании и партийных систем) сопоставимых количественных данных, доступных для использования в этом виде комплексного сравнительного анализа, было явно недостаточно. Мы использовали то немногое, что смогли найти, но, по большей части, наша теория построена на основе исследований, посвященных отдельным странам, и в основном качественного характера. Разработку количественных показателей, которые можно было бы использовать при сравнительном анализе наших кейсов, мы предоставили будущим ученым. Некоторые оценивали такую возможность весьма скептически. Норрис (Norris, 2009) подчеркивала важность разработки количественных показателей для ключевых понятий, но сомневалась, что многие из наших переменных на самом деле измеримы. Мы думаем, что она права в отношении проблем, связанных с количественной оценкой многих понятий, которые мы используем, и к этому утверждению мы еще вернемся. Однако недавние исследования показывают, что в данном направлении можно сделать немало.

Большая часть исследований была посвящена практической реализации концепции политического параллелизма. Норрис (Norris, 2009, p. 335) предупреждала, что это будет "масштабная задача", но в последние годы ее решением очень успешно занимались многие ученые. Политический параллелизм понимается как проявление четырех основных типов явлений, к числу которых относятся структурные связи между медиа и политическими организациями, политическая принадлежность журналистов, владельцев и руководителей медиа, медиаконтент и модели потребления новостей. Рональд ван Кемпен (van Kempen, 2007) использовал данные опроса, проведенного в рамках исследования европейских выборов 1999 года, чтобы оценить, насколько взаимосвязаны партийные предпочтения и потребительские привычки избирателей в отношении медиа. Он продемонстрировал важные модели различий между системами и обнаружил, что параллелизм медиа и политики способен повышать явку избирателей. Альбек и его коллеги (Albaek et al., 2014) используют как контентные показатели, так и показатели, основанные на опросах



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

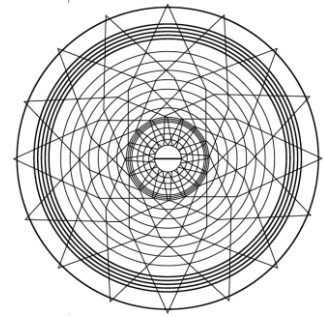
журналистов, включая параметры, которые позволяют оценить представления о роли журналистов и то, как сами журналисты воспринимают влияние политического давления на их работу. Показатели, основанные на анализе содержания, также используют Эссер и Умбрихт (Esser and Umbricht, 2013) и Дауни с коллегами (Downey et al., 2012): первые – в виде индекса объективности в журналистском стиле, а вторые – в виде индексов внутреннего плюрализма и поляризации. Попеску с коллегами (Popescu et al., 2011) на основе экспертных опросов разработали показатели политической ангажированности средств массовой информации. Стрёмбек и Луэнго (Strömbäck and Luengo, 2008) в сравнительном исследовании новостей о выборах в Швеции и Испании обнаружили, что в Испании в большей степени, чем в Швеции, стимулом и основной темой при освещении политических событий является деятельность политических партий, что подтверждает наличие сильной взаимосвязи между медиа и политикой. Чиалья (Ciaglia, 2013), сравнивая Италию, Германию и Великобританию, основной акцент делает на таком интересном индикаторе политической роли журналистов, как их представленность в парламенте, и обнаруживает, что в парламенте Италии журналисты являются самой многочисленной профессиональной группой, в то время как в Британии и Германии уровень их представленности гораздо ниже. Баумгартнер и Бонафон (Baumgartner and Bonafont, 2015) отмечают высокий уровень политического параллелизма в содержании испанских новостей, который проявляется в первую очередь в том, что местные медиа склонны в негативном ключе писать о партии, к которой настроены оппозиционно, а не хвалить партию, которую поддерживают. Эти исследования в совокупности во многом подтверждают предложенную в «Сравнивая медиасистемы» широкую модель различий, в особенности высокий уровень политического параллелизма в Южной Европе и низкий – в США и Ирландии. В то же время, по свидетельству ван Кемпена (van Kempen, 2007), это предполагает наличие множества нюансов и различий между системами, которые мы считаем похожими на идеальный тип. Так, например, в Дании, уровень политического параллелизма достаточно высок, а в Финляндии – низок.

Брюггеманну с коллегами (Brüggemann et al., 2014) удалось выявить несколько индикаторов всех четырех «параметров» медиасистем, используемых в «Сравнивая медиасистемы». Они обнаружили, что три параметра демонстрируют высокую степень внутренней целостности и могут рассматриваться как обособленные критерии, а четвертый параметр – роль государства – следует рассматривать как комплексный, в котором сила общественного вещания, господдержка новостных медиа и регулирование собственности могут модифицироваться и по отдельности. Замечание о внутренней целостности очень интересно, но мы бы хотели предостеречь от слишком поспешного отнесения профессионализма журналиста, структуры медиарынков и политического параллелизма к одномерным параметрам на основе одного исследования с ограниченным числом случаев и показателей. Мы предполагаем, что при рассмотрении большего количества случаев или более длительных временных

## [Научные статьи]

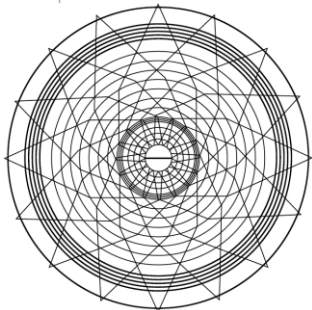
Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



периодов все четыре наших параметра проявят свою комплексную природу. Возможно, использование нами в книге «Сравнивая медиасистемы» термина «параметры» (dimensions) в некоторой степени вводит в заблуждение и чревато чрезмерно упрощенной трактовкой рассматриваемых процессов и функций. Это группы переменных, которые относятся к определенным сферам общества. Как пронизательно отмечает Вольтмер (Voltmer, 2013), можно считать, что основной упор в них делается на отношении медиасистемы к экономике (структура медиарынков), государству, партийной системе или другой системе политической конкуренции и представительства (политический параллелизм), а также на внутреннюю структуру медиасистемы (профессионализм). Теоретически нет никаких оснований ожидать, что переменные, относящиеся к любой из этих областей, будут изменяться все вместе и одновременно. Например, если речь идет о профессионализме в журналистике, мы выдвигаем три основных критерия: автономию журналистики, единый подход к этике и стандартам практической деятельности и идеологию общественного служения, – а также различные институциональные проявления, такие как влияние советов по делам прессы и профессиональных ассоциаций. Эти критерии зачастую сильно различаются, хотя либеральная модель, как правило, характеризуется высокой степенью профессионализма в отсутствие сильных советов по делам прессы или союзов журналистов (которые не включены в анализ 2014 года, проведенный Брюггеманном и его коллегами). Однако при рассмотрении более широкого спектра случаев или диапазона времени мы, вероятно, обнаружим более сложные способы параллельного изменения этих явлений. Рудакова (Roudakova, 2017), например, утверждает, что в Советском Союзе, даже при низкой автономии журналистики, идеология общественного служения была относительно сильна и что в советском контексте можно говорить об одной из форм профессионализма журналистов. Как отмечают Эссер и Умбрихт (Esser & Umbricht, 2013) и де Вриз с коллегами (de Vreese et al., 2016), даже для западных стран существуют важные различия в формах, которые принимает профессионализм журналиста – он проявляется в конкретных практиках журналистской деятельности.

Еще один подход к измерению в сравнительном анализе – метод нечетких множеств, предложенный Дауни и Стэньером (Downey and Stanyer, 2010, 2013). Данный метод, в основе которого лежат идеи Чарльза Рэгина, включает присвоение рассматриваемым случаям той или иной степени принадлежности к множествам, от полного присутствия в определенном множестве до полного отсутствия в нем, что обозначается числами от 0 до 1. При использовании метода в полном объеме эти показатели в дальнейшем используются в ходе причинно-следственного анализа, который не предполагает линейной, аддитивной статистической зависимости, а ориентирован на поиск путей, или комбинаций условий принадлежности, которые определяют конкретные результаты. Дауни и Стэньер противопоставляют метод нечетких множеств нашему подходу, который, по их мнению, требует, чтобы «переменные были четкими, присутствовали в полном объеме или отсутствовали, соответствуя 0 или 1»



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

(Downey & Stanyer, 2010, p. 333). На самом деле наш анализ предполагает использование идеальных типов, к которым только приближаются конкретные кейсы, а наши концепты имеют комплексный характер и могут проявляться по-разному в зависимости от конкретного случая. Поэтому мы считаем, что логика нечетких множеств вполне совместима с нашим подходом. Как минимум она позволяет обобщить ряд различных проявлений феномена, из которых одни легко поддаются количественной оценке, а другие – нет. Анализ нечетких множеств может быть, по выражению Дауни и Стэньера, «сугубо интерпретативным» (p. 338), но мы считаем, что интерпретативные суждения необходимы для развития социальных наук.

### **Проверка закономерностей**

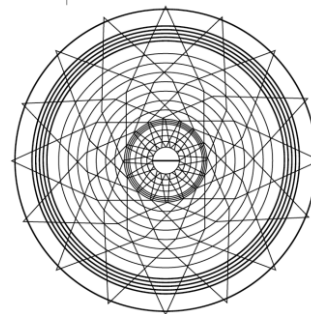
Концептуальная схема «Сравнивая медиасистемы» включает два основных элемента (если оставить в стороне переменные политико-социальной системы): набор из четырех «параметров» сравнения и типологию трех моделей, которые обобщают то, что мы считаем отличительными особенностями развития медиасистем для выбранных нами восемнадцати кейсов. Эти три модели мы рассматриваем как идеальные типы в том смысле, в каком использовал этот термин Вебер. Понятие типа включает в себя группу характеристик или, как выразился Стинчкомб (Stinchcombe, 1968, pp. 43–47), комбинацию значений различных переменных, которые мы понимаем как сосуществующие устойчиво и в соответствии с определенной закономерностью. Таким образом, при проверке аргументов, приводимых в «Сравнивая медиасистемы», одним из ключевых является вопрос о том, можно ли подтвердить, что эти закономерности действительно существуют. Многие из только что процитированных исследований предоставляют релевантные данные, обычно относящиеся к какому-то конкретному параметру. Например, они могут демонстрировать, что политический параллелизм по ряду показателей действительно чаще оказывается высоким в странах, которые, на наш взгляд, максимально близки к поляризованной плюралистической модели. Разработать механизм эмпирической проверки всей модели чрезвычайно сложно, но в этом направлении были предприняты конструктивные усилия.

Исследование конкурирующих моделей журналистики, проведенное Эссером и Умбрихт (Esser & Umbricht, 2013), нельзя воспринимать как прямую эмпирическую проверку книги «Сравнивая медиасистемы». Оно уделяет преимущественное внимание стилям политической журналистики и не включает многие характеристики медиасистемы, важные для нашего анализа. Однако это исследование чрезвычайно интересно как попытка оценить сходства и различия во многих странах, которые мы анализировали. Эссер и Умбрихт разработали контентные критерии ориентированности контента на общественное мнение: «объективности» – стиля «голых» фактов при соблюдении норм «баланса» и негатива в политической журналистике в новостных медиа шести стран. Проанализировав соответствия, эти специалисты предложили трехстороннюю

## [Научные статьи]

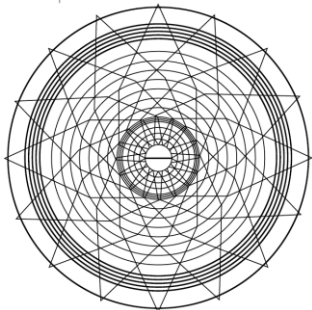
Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



схему, напоминающую видоизмененную версию наших собственных моделей. При этом в одном из углов треугольника находятся американские новостные медиа, воплощающие то, что авторы назвали стилем «рационального анализа» новостей с критическим и объективным представлением событий и противоположных точек зрения; в другом углу – итальянские новостные медиа, являющие собой образец негативистских оценок, конфликтности и самоуверенности, а в третьем – Германия и Швейцария, где журналисты ориентированы на представление как новостей, так и мнений, но по отдельности, и менее склонны к негативизму, чем итальянцы. Великобритания и Франция оказались где-то между этими полюсами. «Принимая во внимание нюансы и оговорки в типологии Халлина и Манчини, — отмечают Эссер и Умбрихт (Esser and Umbricht, 2013, p. 1004), — ... а также их комментарии о Франции и Великобритании как о смешанных случаях, мы видим повод поддержать их основные предположения и возможность дальнейшего развития».

Самая непосредственная попытка разработать механизм эмпирической проверки закономерностей, выявленных в «Сравнивая медиасистемы», – это уже упоминавшаяся статья Брюггемана и его коллег (Brüggemann et al., 2014). Опираясь на обширные международные исследования, проведенные в Европе в последние годы, они разработали или выявили эмпирические критерии для операционализации важных компонентов всех четырех параметров, предложенных нами, собрали данные по 17 из 18 кейсов (исключая Канаду), и провели кластерный анализ для выявления эмпирических закономерностей сходства и различия. Мы считаем, что это стало образцовым примером проверки предложенной нами схемы и что ее результаты заслуживают подробного обсуждения. Результаты анализа во многом совпадают с нашими – с той разницей, что страны группируются не в три кластера, а в четыре, причем с некоторыми изменениями в составе стран. Брюггеман с коллегами выделили южный кластер, который включает Испанию, Францию, Грецию и Италию и почти в точности соответствует нашей поляризованной плюралистической модели, и северный кластер, включающий скандинавские страны, которые мы считаем близкими к идеальному типу демократической корпоративистской модели. Три других кейса, которые мы обсуждали в качестве примеров этой модели, – Германия, Австрия и Швейцария – вошли в состав отдельного кластера вместе с Великобританией. Он получил название центрального. Наконец, в западный кластер по результатам анализа вошли Соединенные Штаты, Ирландия, Нидерланды, Бельгия и Португалия. Необходимость изменить перечень стран, которые мы отнесли к демократической корпоративистской модели, Брюггеманн и его коллеги объясняют главным образом различиями в роли государства. Они оценивают роль государства по трем составляющим: силе общественного вещания, господдержке новостных медиа и регулированию собственности – и утверждают, что они не подвергаются одновременным изменениям. Северные оказывают существенную господдержку новостным медиа, но слабо регулируют



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

право собственности; в центральных странах дело обстоит наоборот. Для западных стран характерна меньшая роль государства во всех трех аспектах.

В более поздней работе (Büchel et al., 2016) та же группа ученых вновь обращается к этому материалу, используя уже не кластерный метод, а метод качественного сравнительного анализа (QCA) в попытке провести более подробное исследование, ориентированное на конкретные кейсы. Это исследование повторяет результаты предыдущего во многих отношениях, включая разделение демократических корпоративистских стран на две группы, хотя некоторые пограничные кейсы действительно распределяются иначе: Австрия оказывается отнесена к группе поляризованных плюралистических стран, Бельгия и Нидерланды – к группе стран с Северной системой, которая в данной версии называется “ориентированной на новостные медиа”.

Выводы Брюггемана и его коллег представляются нам разумными и дают важные дополнения к нашим представлениям о европейских медиасистемах. Нет ничего удивительного в том, что наша демократическая корпоративистская модель подверглась пересмотру. Мы знали, что кейсы, отнесенные к этой модели, были разнообразны, и выделяли в этом ряду основную группу скандинавских стран, сравнительно близких к «идеальному» типу, и другую, более отдаленную от нее и, возможно, более разнородную группу, к которой отнесли Германию, Швейцарию, Австрию, Нидерланды, Бельгию. Одним из явных отличий стран второй группы было отсутствие господдержки новостных медиа. Другие ученые (Humphreys, 2012; Rolland, 2008) предположили, что этому разграничению следует уделить больше внимания, чем это сделали мы в своей книге, и что ему можно найти параллели в других сравнительных исследованиях, которые могут указывать на более глубинные причины различия. Например, в классификации режимов государства всеобщего благосостояния Эспинг-Андерсена (1990) те страны, которые Брюггеман и его коллеги отнесли к центральному кластеру, также отделены от стран Северной Европы.

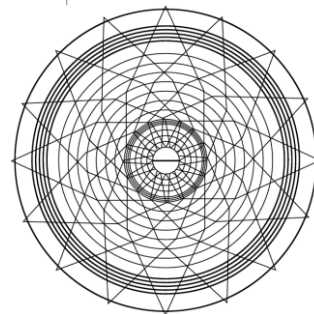
То, что некоторые кейсы оказались отнесены к эквиваленту нашей либеральной модели, можно считать свидетельством изменений во времени. Так, например, Нидерланды переходили от корпоративизма к либерализму по мере разрушения пилларизации. В случае с Португалией анализ, проведенный Брюггеманом и его коллегами, подтверждает то, о чем нам сказали некоторые португальские ученые после публикации нашей книги: отнесение Португалии к поляризованной плюралистической модели в рамках нашего анализа было ошибочным. Португалия, безусловно, соответствовала этой модели в 1970-х годах, после революции, когда ее средства массовой информации были крайне политизированы. Однако – в отличие от соседней Испании – в последующие годы уровень политического параллелизма здесь, по-видимому, значительно снизился. Хамфрис (Humphreys, 2012) считает, что в сравнительном исследовании следует уделять больше внимания анализу изменчивости и прерывистости в развитии медиасистем, и случай с Португалией служит подтверждением его правоты. Чтобы понять, почему произошли эти изменения, важно опираться на более широкий



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



круг работ сравнительного характера по португальской политике и обществу. Так, Фишман (Fishman, 2011) утверждает, что в то время, как согласованный переход Испании к демократии привел к тому, что политический процесс был преимущественно ориентирован на партийные элиты, португальская революция породила политическую культуру с гораздо более активным участием граждан. Журналисты отреагировали на появление этой культуры и стали ее частью, и относительная автономия, которой они достигли в 1970-х годах, – в то время выражавшаяся в явной ориентированности на активизм – с годами, по-видимому, привела к более высокому, чем в других странах Южной Европы, уровень профессионализма.

Мы, несомненно, считаем работу Брюггемана и его коллег выдающейся, но у нас есть и некоторые оговорки. В частности, существует один очень специфический момент. Исследователи сообщают, что «в южных странах вмешательство государства не настолько выражено, как это подразумевается в поляризованной плюралистической модели Халлина и Манчини» (Brüggemann et al., p. 1057). Однако три критерия, которые они используют для оценки роли государства, оценивают далеко не то, что мы имели в виду, когда говорили об интервенционистской роли государства в Южной Европе. Мы относим сюда причастность предприятий с участием государственного капитала к владению медиа и использование разного рода инструментов государственного давления – налоговых проверок или манипулирования возможностями регулирования вещания – для определения того, кому принадлежат медиа. Брюггеманн и его коллеги отлично справились с определением индикаторов для наших параметров, но многие из связанных с ними переменных оказались упущены. Государство также может вести контроль за работой журналистов (например, решать, какие виды судебной информации могут быть опубликованы), за избирательными кампаниями и освещением выборов, определять право на ответ и законы о разжигании ненависти, а также регулировать контент на языке страны. Мы считаем, что роль государства может быть различной с точки зрения как качественных, так и количественных показателей. Важно не только то, насколько сильно контролируется вещание или какой объем финансирования выделяется новостным медиа в рамках той или иной политической системы, но и то, как это реализуется, в том числе (что немаловажно), до какой степени партийные структуры вмешиваются в процесс. Брюггеманн и его коллеги отмечают, что не обнаружили той связи между политическим параллелизмом и вмешательством государства, которую мы предполагали. Однако для того, чтобы увидеть эту связь, нужно оценить не только *меру*, но и *характер* государственного вмешательства.

В более общем смысле нас интересует, насколько вероятно, что результаты такого анализа будут стабильными и надежными. То, что большая часть первоначальных результатов подтвердилась при использовании другого метода (QCA), безусловно, повышает степень нашей уверенности. Тем не менее даже в самом лучшем и амбициозном количественном исследовании очень сложно



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

охватить все соответствующие переменные для широкого сравнения медиасистем. Будут ли группы стран теми же при ином наборе показателей или других точках включения в наборы (в случае QCA), или при наличии других переменных (например, журналистских практик, как в работах Esser and Umbricht, 2013 или de Vreese et al., 2016), или для других кейсов? Окажутся ли отдельные кейсы отнесены к другим группам? Пока не будет проведено больше подобных исследований, делать однозначные выводы необходимо с осторожностью. Еще один вопрос общего характера связан с концептуальным статусом групп стран, полученных в результате такого анализа. Бюхель и его коллеги (Büchel et al., 2016) дают четырем «эмпирическим типам» нашей исходной статьи более содержательную интерпретацию. Однако в отсутствие более широкого обсуждения причин эволюции этих типов нам кажется, что все еще остается вопрос о том, следует ли относить эти группы к разным типам в том смысле, в каком использовали этот термин Вебер, Сартори или Эспинг-Андерсен, или просто воспринимать их как совокупность смешанных случаев.

Ошибочное, как нам кажется, толкование Брюггеманном и его коллегами нашего представления об интервенционистском государстве в Южной Европе указывает на тенденцию, которая достаточно распространена, чтобы ее отметить: в имеющихся научных работах медиасистемы стран Южной Европы оцениваются не совсем верно, возможно, в силу преобладания исследователей из Северной Европы. Например, Эссер с коллегами (Esser, de Vreese et al., 2012) в своем в целом превосходном сравнительном исследовании, посвященном обеспеченности европейского телевидения политической информацией, выдвинули гипотезу о том, что предложение будет низким в странах, которые мы отнесли к поляризованной плюралистической модели, из-за жесткого сокращения вмешательства государства и, как следствие, более слабой приверженности служб телерадиовещания идее общественного служения. Дело в том, что преобладание телевидения над печатной прессой в Южной Европе сочетается с более высоким уровнем политизации самого телевидения и, следовательно, с сильным контролем и влиянием со стороны политических организаций, использующих (или пытающихся использовать) экран в качестве основного инструмента для достижения консенсуса. Как отмечается в других недавних исследованиях и как мы писали в «Сравнивая медиасистемы» (р. 286), коммерциализация вполне может сочетаться с высоким уровнем политизации. Это предполагает, что с учетом теории нечетких множеств мы должны мыслить не категориями прямой причинно-следственной связи, а категориями множественных наборов условий, которые могут привести к высокому уровню политизации телевидения.

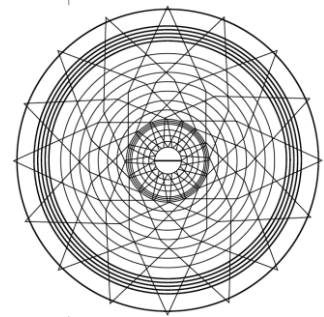
### **Конвергенция медиасистем**

В последней главе «Сравнивая медиасистемы» мы отметили, что различия между тремя рассмотренными нами группами стран, вероятно, значительно сократились за несколько десятков лет, предшествовавших публикации нашей

## [Научные статьи]

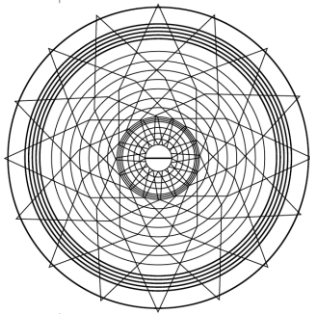
Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



книги. Продолжив обсуждение характера этих изменений, мы упомянули, что сам процесс изменений можно рассматривать как постепенный переход к либеральной модели в том смысле, что он сопровождается усилением роли коммерческих СМИ, принятием профессиональных конвенций, аналогичных конвенциям либеральных стран — информационных, политически нейтральных, театрализованных, — и сдвигами в политической коммуникации в сторону более персонализированных форм, ориентированных на маркетинг. Как мы уже отмечали в предыдущих работах (Hallin & Mancini, 2012a, 2012b), нас несколько озадачил тот факт, что эту главу часто воспринимали как подтверждение тезиса, что такой процесс будет продолжаться повсеместно и неизбежно до тех пор, пока не исчезнут все различия между медиасистемами. Если бы мы действительно занимали такую позицию, то нам вообще не было бы смысла писать книгу в том виде, в каком она вышла, с доводами, подтверждающими зависимость от пути развития, или, в более общем плане, ратовать за сравнительный анализ национальных медиасистем как центральный подход в политической коммуникации и исследованиях медиа! В последние 10 лет множество исследований было проведено именно для того, чтобы оценить, в какой степени медиасистемы действительно приблизились к либеральной модели. Эти исследования рисуют сложную картину изменений и преемственности в западных медиасистемах и ясно показывают, что значимые различия между национальными медиасистемами весьма устойчивы.

Естественно, в недавних исследованиях есть подтверждения этого перехода — зачастую в сторону либеральной модели, а иногда и к другим схемам. Умбрихт и Эссер (Umbricht & Esser, 2014) в одной из немногих работ, содержащих эмпирические данные о долгосрочных изменениях, обнаружили, что в шести западных странах в период с 1960-х по 2000-е годы существенно укрепились традиции «объективной» журналистики. Также они выявили сходство в отношении того, насколько печатная пресса ориентирована на возможность выражения мнений. Здесь изменения шли в двух направлениях: в континентальной Европе стремление транслировать мнения снизилось, а в Соединенных Штатах и Великобритании возросло. По-видимому, именно постепенный переход к либеральной модели привел Брюггемана и его коллег (Brüggemann et al., 2014) к выводу о том, что Нидерланды, Бельгию и Португалию следует объединить с Соединенными Штатами и Ирландией. Сорок лет назад для Нидерландов в силу пилларизации была характерна особенно ярко выраженная форма политического параллелизма; сегодня же преимущественно коммерциализированные медиа этой страны демонстрируют значительное сокращение уровня политического параллелизма. Другие недавние исследования (Albæk et al., 2014; van Kempen, 2007) нередко выявляли относительно низкий уровень политического параллелизма в странах Северной Европы, хотя в свое время партийная пресса там была весьма сильна. И это тоже вполне подтверждает гипотезу о конвергенции медиасистем. Скандинавские исследователи (Strömbäck & Nord, 2008) часто говорят о «деполитизации» прессы



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

в своем регионе, хотя еще в 1970-х годах центральную роль здесь играла партийная печать. Так, Роллан при обсуждении поглощения норвежской газеты британской компанией отмечает, что «имеются неопровержимые доказательства того, что к тому времени, когда Месот вышла на норвежский рынок, уже произошли эндогенные изменения в направлении коммерциализации и профессионализации, которые Халлин и Манчини связывают с либеральной моделью» (Rolland, 2009, p. 274).

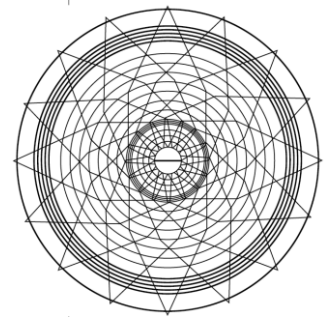
В то же время в ряде недавних исследований зафиксировано сохранение важных различий между западными медиасистемами. Нильсен (Nielsen, 2013) рассмотрел показатели структурных различий между медиасистемами (доход от газет и коммерческого телевидения на душу населения, проникновение Интернета и государственная поддержка общественных медиа) и не нашел доказательств того, что с 2000 по 2009 год шло какое-то сближение по этим показателям. Аалберг, ван Элст и Карран, изучив «политическую информационную среду» и, в частности, телепрограммы, освещающие новости и текущие события, за период с 1987 по 2007 год, обнаружили, что количество таких программ в часы пик в пяти европейских странах оставалось высоким, в отличие от США. «Что поразительно, – отмечают исследователи, – так это то, насколько сильно некоторые страны сопротивлялись тому, чтобы потребности демократии отошли на второй план в угоду извлечению прибыли» (Aalberg et al., 2010, p. 267). Многочисленные исследования также свидетельствуют, что высокий уровень политической ангажированности сохраняется в медиасистемах Южной Европы. Например, Альбек и его коллеги пишут, что различия в показателях политического параллелизма между Испанией (единственной поляризованной плюралистической страной в их выборке) и остальной Европой «по-видимому, увеличились» (Albaek et al., 2014, p. 173). Между тем Аллерн и Блах-Эрстен (Allern and Blach-Ørsten, 2011) утверждают, что исследования скандинавских медиасистем выявляют сложную модель, в которой что-то меняется, а что-то остается неизменным, при этом важные элементы прошлого, включая пережитки политического параллелизма, сохраняются, несмотря на признаки перехода к другой модели. Все цитируемые здесь работы, которые подтверждают наличие существенных различий между западными медиасистемами (либо согласующихся с нашими тремя моделями, либо отличающихся от них), очевидно, ставят под сомнение сильную версию гипотезы о сближении систем.

Существующий корпус исследований, посвященных конвергенции систем, имеет ряд ограничений. Сама гипотеза такой конвергенции касается изменений, происходящих с течением времени, и лишь немногие исследования основаны на изучении данных в динамике. Самые яркие исключения – это работы Умбрихта и Эссера (Umbricht & Esser, 2014), Олберга с коллегами (Aalberg et al., 2010) и Бенсона и Халлина (Benson & Hallin, 2007 г.). У Нильсена (Nielsen 2013) есть данные за 2000–2009 годы, но это слишком короткий временной период для оценки гипотезы о долгосрочных изменениях. Кроме того, существует множество переменных, которые не подвергались эмпирическому анализу применительно к

## [Научные статьи]

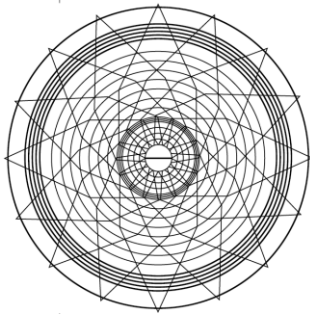
Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



большому числу кейсов, особенно в динамике. Например, Олберг и его коллеги (Aalberg et al., 2010) показывают, что с появлением коммерческого телевидения в Европе объем общественно-политического контента на телевидении не уменьшился. Возможно, это так. Но что произошло с формой и смысловым наполнением? Стал ли контент более драматизированным, более персонализированным, более ориентированным на журналистов, более наглядным, более развлекательным? Умбрихт и Эссер (Umbricht & Esser, 2016) приводят данные о некоторых из этих переменных для освещения политических событий в газетах шести стран, обнаруживая синхронные сдвиги в сторону персонализации, скандализации и популяризации во всех шести странах, но не в сторону сокращения различия между ними. Магин (Magin, 2015) приводит данные в динамике для немецких и австрийских газет. Однако по большей части у нас нет эмпирических данных об изменении контента европейского телевидения по такого рода параметрам, и с поиском сопоставимых выборок в динамике и в разных системах (например, с документами политических партий, которые в определенные периоды имели значимость, а в другие вообще отсутствовали) сопряжено множество методологических проблем.

На наш взгляд, глупо отрицать, что западные медиасистемы в значительной мере сближаются с либеральной моделью. Упадок партийной прессы, начавшийся в 1950-е годы и продолжавшийся на протяжении нескольких десятилетий, а также появление коммерческого телевидения коренным образом изменили структуру европейских медиасистем и были явно связаны с более тонкими изменениями в том, что касается практической работы журналиста. Очевидно, что эти трансформации повлияли на то, как в европейских медиасистемах соотносятся политическая логика, с одной стороны, и логика коммерческой и журналистской деятельности – с другой. Тем не менее, похоже, пора отказаться от сильной версии гипотезы о сближении медиасистем и идеи о том, что национальные различия между ними фактически исчезают. В то время, когда мы завершали работу над своей книгой, эта точка зрения существовала в литературе и в общественных дискуссиях, хотя и была сформулирована недостаточно точно. Вероятно, с нашей стороны было ошибкой обозначить ее как гипотезу, ведь мы вовсе не хотели, чтобы нас воспринимали как сторонников этого мнения. Мы писали: «Можно представить себе постепенный полный переход медиасистем США и европейских стран к либеральной модели. Однако ход истории обычно не прямолинеен, и есть много причин сомневаться в том, что имеет смысл проецировать характерную для последних двух десятилетий тенденцию к гомогенизации на далекое будущее» (Hallin & Mancini, 2004, pp. 282–283). Далее мы подвергли критическому анализу теорию модернизации, которая нам представлялась интеллектуальной основой однолинейной концепции изменения медиасистемы. К сегодняшнему дню накоплен большой объем исследований, фиксирующих сохранение значимых различий между западными медиасистемами, еще более широкий спектр различий за их пределами и сложные закономерности разнонаправленных изменений. Изучать влияние



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

коммерциализации и глобализации на медиасистемы важно, но, вероятно, уже нет необходимости развенчивать гипотезу о полном переходе к либеральной модели и пора перейти к более сложным гипотезам изменения медиасистем.

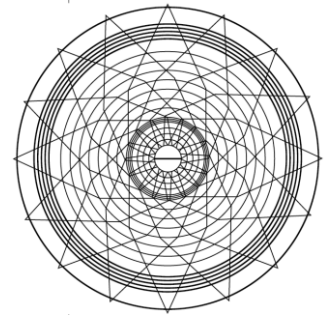
### **Онлайн-медиа**

В дискуссиях о конвергенции и изменении медиасистем все чаще поднимается вопрос о влиянии Интернета, который не рассматривался в книге «Сравнивая медиасистемы». Количество сравнительных исследований по онлайн-медиа остается ограниченным, но начало работе в этой области положено. Есть несколько гипотез о том, как онлайн-медиа связаны с существующими изменениями медиасистем. Во-первых, онлайн-медиа могут стать движущей силой сближения медиасистем, задавая ориентацию на технологии, глобализированные модели экономики или культурные практики, которые нивелируют существующие национальные различия. Эту закономерность обнаружили Бочковский и его коллеги (Boczowski et al., 2011) в исследовании о выборе онлайн-новостей. Во-вторых, можно было бы ожидать преемственности, в силу которой онлайн-медиа будут различаться в зависимости от системы, сформированной уже существующими структурами и практиками. Нечто подобное предполагают два недавних тематических исследования. Ваккари (Vaccari, 2011) утверждает, что новые медиа, в частности онлайн-петиции, могут усилить политический параллелизм в поляризованных плюралистических системах. Он рассматривает два итальянских кейса, связанные с газетой *La Repubblica* и с Микеле Санторо, известным журналистом, придерживающимся левых взглядов. Оба случая подтверждают, что новые медиа могут служить важным инструментом коллективных действий, тем самым усиливая политический параллелизм в итальянских новостных медиа Остертаг и Такман (Ostertag & Tuchman, 2012) в своем исследовании, посвященном *New Orleans Eye*, обнаружили, что эта организация, которая изначально возникла как платформа для ведения блогов за рамками стандартных установок американской журналистики, в конечном итоге попала под их сильное влияние. В обоих случаях авторы видят примеры создания гибридных форм медиа, обуславливающих определенную степень изменения медиасистем, но с выраженной преемственностью. В-третьих, существует возможность того, что новые медиа станут развиваться в различных медиасистемах по-разному, но без устойчивой связи с предыдущими моделями в зависимости от того, какие ниши будут свободны в существующей медиаэкологии. Например, Пауэрс и Бенсон (Powers & Benson 2014) обнаружили, что что онлайн-медиа были склонны усиливать внешний плюрализм в медиаконтенте США – в отличие от Дании или Франции – онлайн-медиа были склонны усиливать внешний плюрализм, и объяснили это тем, что в США онлайн-медиа национализировали рынок, в то время как в других странах он уже был национализирован. Бенсон с коллегами (Benson et al., 2012) обнаруживают сочетание этих трех видов отношений, которые можно было

## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

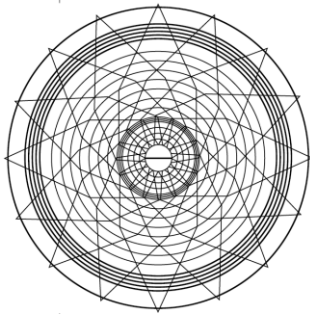


бы обозначить как детерминизм медиа, детерминизм непрерывной системы и детерминизм прерывистой системы, в различных измерениях сетевого контента.

### Обсуждение

Со времени написания книги «Сравнивая медиасистемы» сфера сравнительного анализа медиасистем получила существенное развитие. Наиболее значительный прогресс был достигнут в разработке количественных показателей для ключевых переменных системного уровня, которые позволяют сравнивать и исследовать взаимосвязи в динамике, сопоставляя различные кейсы. По большей части результаты этих исследований совпадают с нашим анализом и могут рассматриваться как его подтверждение, даже если они дополняют или модифицируют его. Многие ученые также предлагают альтернативные взгляды на модели сходства или различия между кейсами, а также на то, какие переменные важны и как их следует рассматривать во взаимосвязи друг с другом. Вебер (Weber, 1949, p. 90) охарактеризовал идеальный тип как понятие, которое формируется за счет «одностороннего выделения одной или нескольких точек зрения и синтеза большого числа отдельных расплывчатых, дискретных явлений, которые могут присутствовать в той или иной мере, а могут и отсутствовать вовсе». Модели, предложенные в книге «Сравнивая медиасистемы», как и любые идеальные типы, предусматривали фокус на взаимосвязях между конкретными наборами явлений. Как уже ранее подчеркивалось, мы не считаем, что любая переменная, которую исследователь может выбрать для рассмотрения, должна демонстрировать закономерности изменчивости, совпадающие с нашими тремя типами. И мы не сомневаемся, что исследования, опирающиеся на другие точки зрения, выявят закономерности, которые предполагают иную типологию или группировку рассматриваемых кейсов. Весьма вероятно, что многие из них будут иметь сходство с нашими, что подтверждают примеры Эссера и Умбрихта, Брюггеманна, Альбека и их коллег. Однако определенно нежелательно о веществе наших три типа как нечто конкретное и предполагать, что они будут охватывать все устойчивые различия между западными медиасистемами или все важные взаимосвязи между переменными, которые представляют интерес для ученых, занимающихся сравнительными исследованиями.

Активные усилия по развитию количественных исследований западных медиасистем позволили добиться много, и мы очень довольны тем, в какой степени они включали операционализацию и проверку нашей аналитической структуры. В то же время нас беспокоит дисбаланс в недавних сравнительных исследованиях, в которых явно преобладают количественные методы, а другие подходы развиваются в гораздо меньшей степени. Мы подозреваем, что это связано с современной политэкономией научной сферы, сильным акцентом на финансируемых исследованиях, придерживающихся естественнонаучных моделей, и оценкой продуктивности исследований по частоте выпуска



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

журнальных статей. Однако нам кажется, что существуют определенные ограничения по созданию своего рода академической монокультуры в нашей области, и мы бы хотели, чтобы некоторые составляющие подхода, который лег в основу «Сравнивая медиасистемы», использовались гораздо шире, чем сейчас. Наша книга отличается целостным теоретическим видением и комплексным подходом к методологии. Кроме того, она имеет ретроспективный характер, поскольку в ней медиасистемы рассматриваются не в отдельные моменты своего функционирования, а по мере развития на протяжении длительных периодов времени. Это предполагало попытку обобщить результаты широкого ряда научных работ, подготовленных с использованием множества методов, рассматривающих большое число различных переменных и часто определяющих их по-разному. Такой подход подвергался критике, особенно ярким примером которой может служить высказывание Норрис (2009, стр. 334), назвавшей наш труд «неоднозначным, субъективным и ненаучным». В какой-то степени мы готовы признать, что наша книга в чем-то «неоднозначна» в силу того, что она была лишь первой попыткой анализа и для ключевых переменных было доступно так мало сопоставимых данных по разным кейсам. Но в определенной степени то, что Норрис считает неоднозначностью, на деле, напротив, объясняется стремлением учесть как можно больше релевантных исследований, тщательно отметить то, что мы знаем о различиях контекста, и попытаться представить медиасистемы во всей их сложности. И мы утверждаем, что на самом деле наш подход гораздо строже, чем те, в которых контекст и сложность ограничиваются.

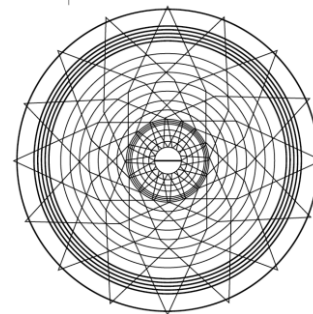
Любое конкретное количественное исследование обязательно предполагает существенную долю абстракции: оно делает акцент на определенных кейсах, переменных и периодах времени, а другие оставляет без внимания, потому что получить количественные показатели для них слишком сложно. Оно особым образом операционализирует их и выносит за скобки многие потенциальные проблемы, связанные с сопоставимостью показателей в разных кейсах. В этом нет вины исследователей: именно так должны проводиться количественные исследования, и те ученые, которых мы упоминаем в данной статье, делают это по большей части весьма тщательно и осознанно. Тем не менее, мы должны понимать, что любое конкретное исследование дает лишь очень ограниченное представление об общей картине, и часто мы вновь возвращаемся к «неоднозначности», когда начинаем сравнивать их и видим, что при выборе другой методологии результаты могли бы оказаться иными. Приведем лишь один небольшой пример: в попытке операционализировать политический параллелизм ван Кемпен (van Kempen, 2007) счел, что в Дании его уровень достаточно высок, в то время как Альбек и его коллеги (Albaek et al., 2014, p. 85), используя другие показатели, оценивают уровень Дании как низкий. Опять же, это не отрицает значимость количественных исследований. Однако мы должны интерпретировать результаты с осторожностью и не спешить делать серьезные выводы на основании отдельных исследований. Кроме того, не следует сбрасывать со счетов и другие методы, даже если на первый взгляд они могут показаться



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?



«неоднозначными» по сравнению с количественными. Так, ситуационный анализ и полевые исследования зачастую чрезвычайно важны для понимания таких явлений, как практическая деятельность и повседневная работа журналиста, к которым количественные методы мало применимы. Именно ситуационный анализ и полевые исследования обеспечивают глубину знаний, необходимую для оценки достоверности количественных исследований разных типов. Ситуационный анализ позволяет восстановить хронологию процесса (George & Bennet, 2005), что нередко оказывается ключевым условием для установления причинно-следственных связей и перехода от выявления закономерностей к их объяснению.

Особенно важным нам кажется то, что комплексный подход, который представлен в книге «Сравнивая медиасистемы», в конечном счете имеет решающее значение для того, чтобы сбор результатов конкретных, более узконаправленных исследований (будь то количественных или каких бы то ни было еще) вообще имел смысл. Хамфрис (Humphreys, 2012) ратует за то, чтобы в сравнительных исследованиях СМИ и политики больше внимания уделялось «историческому институциональному» методу (тесно связанному со сравнительно-историческим подходом, описанным в Mahoney & Rueschemeyer, 2003), который сыграл центральную роль в развитии сравнительного анализа в социологии и политологии. И в этом вопросе мы согласны с доводами Хамфриса (см. также Bannerman & Haggart, 2015; Bastiansen, 2008).

Особое внимание к количественной операционализации в недавних исследованиях подразумевало, по выражению Альбека и его коллег, акцент на «стандартах, задающих принципы операционализации ключевых понятий», которые рассматриваются как «необходимое условие для перехода этой научной области к более кумулятивным знаниям» (Albaek et al., 2014, p. 182). Мы, безусловно, согласны с тем, что использование общих показателей в нескольких исследованиях может сыграть важную роль в развитии данной области. Такие меры, как недавний специальный выпуск журнала *Journalism*, посвященный стандартизации основных понятий (Esser, Strömbäck, & de Vreese, 2012), очень полезны, хотя, возможно, не столько для непосредственного установления стандартов операционализации, сколько для того, чтобы побудить исследователей к четкому осознанию того, как выбор методологии влияет на виды рассматриваемых вопросов и на сопоставимость с другими исследованиями. В то же время мы считаем целесообразным поделить здесь одним опасением. На наш взгляд, существует определенный риск того, что разработка показателей окажется оторвана от концептуального развития, которое опирается на более широкое изучение медиасистем, и что сами наши концепции могут стать чрезмерно узкими и упрощенными. Эта опасность возрастает, если рассматриваемые показатели разрабатываются в рамках изучения относительно небольшого числа европейских кейсов в надежде, что в дальнейшем их примут специалисты, занимающиеся изучением медиасистем в самых разных контекстах.



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

Эти методологические проблемы тесно связаны с теоретическими вопросами, касающимися природы «системы». Весьма велико искушение предположить (особенно когда ученые пытаются провести количественное исследование, включающее значительное число кейсов), что медиасистему можно представить одним значением какой-то одной заданной переменной<sup>3</sup>. Однако такое понимание природы системы в корне неверно (Hallin, 2015). Во-первых, системы неоднородны. Как показывает предыдущее обсуждение новых медиа, для разных элементов системы – например, разных секторов медиа – принципы их действия могут как минимум оказаться в чем-то различными, противоположными или противоборствующими. Говоря, что эти элементы являются частью системы, мы не имеем в виду, что все они действуют одинаково. Мы говорим о том, что они взаимодействуют таким образом, что их роли и характеристики невозможно понять без увязки с их местом в системе в целом. Некоторые из исследований, упомянутых здесь, действительно принимают во внимание такие различия. Например, де Вриз и его коллеги (de Vreese et al., 2016) систематически изучают различия между газетами, телевидением (коммерческим и государственным) и онлайн-медиа. Однако многие исследователи используют лишь единичные совокупные показатели.

Помимо этого, медиасистемы не статичны. Они претерпевают долгосрочные изменения, и, как мы видели, многие современные исследования позволили сделать важные уточнения относительно природы некоторых из этих изменений. Но для них также характерно большое количество краткосрочных и среднесрочных внутренних различий. Так, журналисты не всегда действуют одинаково: в одной политической ситуации они могут действовать активнее или больше реагировать на различного рода источники, чем в другой. Система – это не объект с фиксированным набором характеристик, а образец *изменчивости*. де Вриз и его коллеги (de Vreese et al., 2016) утверждают, что для объяснения журналистской деятельности наряду с факторами системного уровня необходимо учитывать «событийную среду», с чем мы, безусловно, согласны. По этой причине, а также потому, что, как уже упоминалось, закономерности работы медиа – например, активное освещение политических событий или преподнесение информации в негативном ключе – могут быть обусловлены различными комбинациями характеристик медиасистемы, вовсе не обязательно ожидать, что мы обнаружим четкую, однозначную взаимосвязь между типами медиасистем и показателями медийной деятельности. Это также одна из причин значимости ситуационного анализа для более широкого сравнительного анализа как способ скорректировать исследования, которые пытаются охарактеризовать системы с помощью совокупных суммарных показателей, не учитывающих эту вариативность.

---

<sup>3</sup> Примером тому можно считать предположение Дауни и его коллег (Downey et al., 2012) о том, что между стандартными представлениями о публичной сфере и типами медиасистем будет однозначное соответствие.

## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

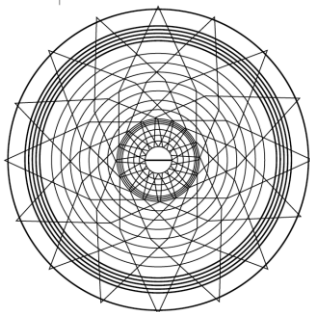
*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



Наконец, основополагающим элементом теории систем является представление о том, что системы не сводимы к сумме их составляющих. Во введении к своей классической работе о «режимах благосостояния» Эспинг-Андерсен (Esping-Anderson, 1990, р. 3) отмечает, что «большинство исследований исходили из линейности мира: большего или меньшего объема власти, индустриализации или расходов». Далее он объясняет, почему, по его мнению, необходимо учитывать наличие различных типов, а не только их количество, и предупреждает, что «формирование и последующее развитие» этих типов «едва ли можно объяснить аналитической экономичностью». Эспинг-Андерсен, безусловно, широко использует прежде всего количественные данные (найти их при изучении государства всеобщего благосостояния легче, чем при изучении медиасистем). Однако его фундаментальные теоретические представления, по существу, строятся на концепции систем. Он рассматривает режимы государства всеобщего благосостояния как нередуцируемые модели, которые следует изучать во взаимосвязи и которые нельзя свести к линейным отношениям между дискретными переменными. Одним из важных элементов подхода Эспинг-Андерсена к пониманию этих закономерностей является стремление «увязать <...> объяснения с политической историей наций». Мы обеспокоены тем, что в нашей научной области подобный историко-социологический подход к науке, подразумевающий целостное понимание социальных формаций как исторически укоренившихся моделей отношений, развит мало и в результате успехи в количественных измерениях оказываются значительно выше, нежели качество теоретического анализа.

### **Заключение**

С момента публикации книги «Сравнивая медиасистемы» прошло около 10 лет, и за это время сфера сравнительного анализа медиасистем кардинально изменилась. Появление большого числа исследований отчасти связано с резким увеличением объема финансирования сравнительных исследований в Европе, при этом за пределами Европы на сегодняшний день сделано относительно немного. Тем не менее, результаты проделанной работы впечатляют, и, вероятно, справедливо будет сказать, что большая часть систематических исследований в этой области была проведена за последние несколько лет. Значительный прогресс стоит отметить в разработке количественных показателей для ключевых понятий. Это дало возможность планомерно рассматривать сходства и различия между медиасистемами, изменения этих сходств и различий с течением времени и влияние переменных системного уровня на такие разнообразные явления, как политическое знание и возникновение медиатизированных скандалов. Область сравнительного анализа медиасистем сегодня гораздо более развита, чем в то время, когда мы начинали работу, поскольку труды более раннего периода становятся основной для новых исследований. В то же время, нам кажется, что некоторые важные элементы подхода, который была призвана закрепить книга «Сравнивая медиасистемы», в исследованиях последнего



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

десятилетия практически отсутствуют. Мы рассчитывали на большой методологический плюрализм и большее теоретическое осмысление самой сущности систем и их развития, а также способов, которые позволили бы объединить разнообразные результаты обсуждаемых здесь отдельных количественных исследований для более широкого понимания эволюции современных медиасистем.

### БИБЛИОГРАФИЯ

Aalberg, T., van Aelst, P., Curran, J. (2010). Media systems and the political information environment: A cross-national comparison. *International Journal of Press-Politics*, 15(3), 255–271. <https://doi.org/10.1177/1940161210367422>

Albæk, E., van Dalen, A., Jebri, N., & de Vreese, C. H. (2014). *Political journalism in comparative perspective*. Cambridge University Press.

Allern, S., & Blach-Ørsten, M. (2011). The news media as a political institution: A Scandinavian perspective. *Journalism Studies*, 12(1), 92–105.

<https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511958>

Bannerman, S., & Haggart, B. (2015). Historical institutionalism in communication studies. *Communication Theory*, 25(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/comt.2015.25.issue-1>

Bastiansen, H. (2008). Media history and the study of media systems. *Media History*, 14(1), 95–112. <https://doi.org/10.1080/13688800701880432>

Baumgartner, F. R., & Bonafont, L. C. (2015). All news is bad news: Newspaper coverage of political parties in Spain. *Political Communication*, 32(2), 268–291. <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.919974>

Benson, R., Blach-Ørsten, M., Powers, M., Willig, I., & Zembrano, S. V. (2012). Media systems online and off: Comparing the form of news in the United States, Denmark and France. *Journal of Communication*, 62, 21–38. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01625.x>

Benson, R., Hallin, D. C. (2007). How states, markets and globalization shape the news: The French and U.S. national press, 1965-1997. *European Journal of Communication*, 22(1), 27–48. <https://doi.org/10.1177/0267323107073746>

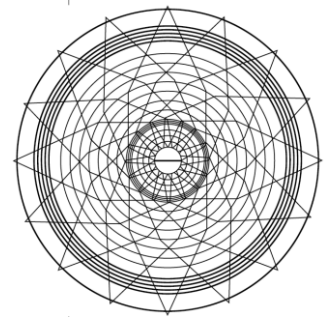
Boczkowski, P., Mitchelstein, E., & Walter, M. (2011). Convergence across divergence: Understanding the gap in the online news choices of journalists and consumers in Western Europe and Latin America. *Communication Research*, 38(3), 376–396. <https://doi.org/10.1177/0093650210384989>

Brüggemann, M., Engesser, S., Büchel, F., Humprecht, E., & Castro, L. (2014). Hallin and Mancini revisited: Four empirical types of Western media systems. *Journal of Communication*, 64(6), 1037–1065. <https://doi.org/10.1111/jcom.2014.64.issue-6>

## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



Büchel, F., Humprech, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S., Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232.

<https://doi.org/10.1177/1940161215626567>

Chakravartty, P., Roy, S. (2013). Media pluralism redux: Towards new frameworks of comparative media studies “beyond the West.” *Political Communication*, 30(3), 349–370. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737429>

Ciaglia, A. (2013). Politics in the media and the media in politics: A comparative study of the relationship between the media and political systems in three European countries. *European Journal of Communication*, 28(5), 541–555.

<https://doi.org/10.1177/0267323113494882>

de Albuquerque, A. (2013). Media/politics connections: Beyond political parallelism. *Media, Culture & Society*, 35(6), 742–758. <https://doi.org/10.1177/0163443713491302>

de Vreese, C., Esser, F., & Hopman, D. N. (2016). *Comparing political journalism*. Routledge.

Downey, J., Mihelj, S., & König, T. (2012). Comparing public spheres: Normative models and empirical measurements. *European Journal of Communication*, 27(4), 337–353. <https://doi.org/10.1177/0267323112459447>

Downey, J., Stanyer, J. (2010). Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking may help: Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication. *European Journal of Communication*, 25(4), 331–347. <https://doi.org/10.1177/0267323110384256>

Downey, J. Stanyer, J. (2013). Exposing politicians’ peccadilloes in comparative context: Explaining the frequency of political sex scandals in eight democracies using fuzzy set qualitative comparative analysis. *Political Communication*, 30(3), 495–509. <https://doi.org/10.1080/10584609.2012.737434>

Esping-Anderson, G. (1990). Three worlds of welfare capitalism. *Polity*.

Esser, F., de Vreese, C. H., Strömbäck, J., van Aelst, P., Aalberg, T., Stanyer, J.,... Reinemann, C. (2012). Political information opportunities in Europe: A longitudinal and comparative study of thirteen television systems. *The International Journal of Press/Politics*, 17(3), 247–274. <https://doi.org/10.1177/1940161212442956>

Esser, F., Strömbäck, J., & de Vreese, C. H. (2012). Reviewing key concepts in research on political news journalism: Conceptualizations, operationalizations and propositions for future research. *Journalism*, 13(2), 139–143. <https://doi.org/10.1177/1464884911427795>

Esser, F., Umbricht, A. (2013). Competing models of journalism? Political affairs coverage in US, British, German, Swiss, French and Italian newspapers. *Journalism*, 14(8), 989–1007. <https://doi.org/10.1177/1464884913482551>

Fishman, R. M. (2011). Democratic practice after the revolution: The case of Portugal and beyond. *Politics & Society*, 39(2), 233–267. <https://doi.org/10.1177/0032329211405439>



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*

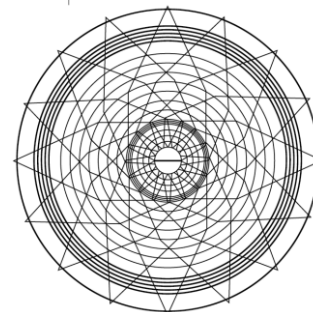
- George, A., Bennet, A. (2005). Case studies and theory development in social sciences. MIT Press.
- Goldman, S., Mutz, D. (2011). The friendly media phenomenon: A cross-national analysis of cross-cutting exposure. *Political Communication*, 28(1), 42–66.  
<https://doi.org/10.1080/10584609.2010.544280>
- Guerrero, M. A. (2014). The “captured liberal” model of media systems in Latin America. In M. Guerrero & M. Márquez-Ramírez (Eds.), *Media systems and communication policies in Latin America* (pp. 43–65). Palgrave Macmillan.
- Hallin, D. C. (2015). Media systems. In G. Mazzoleni (Ed.), *The Wiley-Blackwell international encyclopedia of political communication*. New York: Free Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2012a). Comparing media systems: A response to critics. In F. Esser, T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of comparative communication research* (pp. 207–220). Routledge.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (Eds.). (2012b). *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge University Press.
- Humphreys, P. (2012). A political scientist’s contribution to the comparative study of media and politics in Europe: A response to Hallin and Mancini. In N. Just & M. Puppis (Eds.), *Trends in communication policy research: New theories, methods and subjects* (pp. 157–176). Intellect.
- Magin, M. (2015). Shades of mediatization: Components of media logic in German and Austrian elite newspapers (1949–2009). *The International Journal of Press/Politics*, 20(4), 415–437. <https://doi.org/10.1177/1940161215595944>
- Mahoney, J., & Rueschemeyer, D. (Eds.). (2003). *Comparative historical analysis in the social sciences*. Cambridge University Press.
- Nielsen, R. K. (2013). The absence of structural Americanization. *International Journal of Press/ Politics*, 18(4), 392–412. <https://doi.org/10.1177/1940161213502285>
- Norris, P. (2009). Comparative political communications: Common frameworks or Babelian confusion? *Government and Opposition*, 44(3), 321–340.  
<https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2009.01290.x>
- Ostertag, S. F., Tuchman, G. (2012). When innovation meets legacy: Citizen journalists, ink reporters and television news. *Information, Communication & Society*, 15(6), 909–931. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.676057>
- Popescu, M., with Toka, G., Gosselin, T., & Pereira, J.S. (2011). *European Media Systems Survey 2010: Results and Documentation*. Colchester, UK: Department of Government, University of Essex.
- Powers, M., Benson, R. (2014). Is the Internet homogenizing or diversifying news? An analysis of leading newspapers in Denmark, France and the United States. *International Journal of Press/ Politics*, 19(2), 246–265. <https://doi.org/10.1177/1940161213519680>



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

*Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?*



Rantanen, T. (2013). A critique of the systems approaches in comparative media research: A Central and Eastern European perspective. *Global Media and Communication*, 9(3), 257–277. <https://doi.org/10.1177/1742766513504175>

Rolland, A. (2008). Reviewing social democratic corporatism: Differentiation theory and the Norwegian labour press. *Communication Review*, 11, 133–158. <https://doi.org/10.1080/10714420802068375>

Rolland, A. (2009). A clash of media systems? British Mecom's takeover of Norwegian Orkla Media. *International Communication Gazette*, 71(4), 263–281. <https://doi.org/10.1177/1748048509102181>

Roudakova, N. (2017). *Losing Pravda: Journalism and the crisis of truth-seeking in Russia*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781316817117>

Stinchcombe, A. L. (1968). *Constructing social theories*. Harcourt, Brace & World.

Strömbäck, J., Luengo, O. (2008). Polarized pluralist and democratic corporatist models: A comparison of election news coverage in Sweden and Spain. *International Communication Gazette*, 70(6), 547–562.

Strömbäck, J., Nord, L. W. (2008). Media and politics in Sweden. In J. Strömbäck, M. Ørsten, & T. Aalberg (Eds.), *Communicating politics: Political communication in the Nordic countries* (pp. 103–121). Gothenberg, Sweden: University of Gothenberg.

Umbricht, A., Esser, F. (2014). Changing political news: Long-term trends in American, British, French, Italian, German and Swiss print media reporting. In R. Kuhn & R. K. Nielsen (Eds.), *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*. I.B. Taurus.

Umbricht, A., Esser, F. (2016). The push to popularize politics: Understanding the audience-friendly packaging of political news in six media systems since the 1960s. *Journalism Studies*, 17(1), 100–121. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.963369>

Vaccari, C. (2011). The news media as networked political actors: How Italian media are reclaiming political ground by harnessing online participation. *Information, Communication & Society*, 14 (7), 981–997.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.572984>

van Kempen, H. (2007). Media-party parallelism and its effects: A cross-national comparative study. *Political Communication*, 24, 303–320.

<https://doi.org/10.1080/10584600701471674>

Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Cambridge, UK: Polity.

Weber, M. (1949). *The methodology of the social sciences*. E. A. Shils and H. A. Finc, Tr. Free Press.



## [Научные статьи]

Халлин Д. К., Манчини П.

Сравнивая медиасистемы: десять лет спустя. Что мы узнали?

### TEN YEARS AFTER COMPARING MEDIA SYSTEMS: WHAT HAVE WE LEARNED?

**Hallin D. C.**

Ph.D., Professor at the University of California,  
San Diego

(San Diego, USA)

[dhallin@ucsd.edu](mailto:dhallin@ucsd.edu)

**Mancini P.**

Ph.D., Professor at the University of Perugia  
(Perugia, Italy)

[paolo.mancini@unipg.it](mailto:paolo.mancini@unipg.it)

**Abstract:**

In this article we review research published since the publication of *Comparing Media Systems* which seeks to operationalize concepts discussed in that work and to test the framework proposed there or to put forward alternatives or revisions. We focus on works that deal with the original 18 countries covered in *Comparing Media Systems*, and consider the progress made in developing quantitative measures across these cases for key variables, research testing the grouping of cases in *Comparing Media Systems*, research extending the comparative analysis of Western media systems to new media, and research on convergence toward the Liberal Model. In the final section, we focus on limitations of the research produced during the 10 years following the publication of *Comparing Media Systems*, particularly the heavy emphasis on quantitative operationalization, and some of the difficulties in using quantitative analysis to investigate complex, dynamic systems.

**Keywords:** comparative analysis, convergence, media systems, QCA

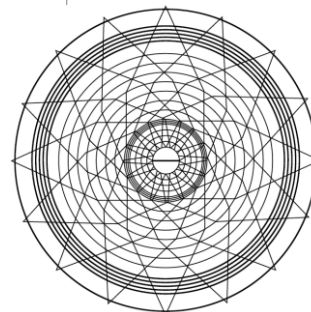


## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство



### МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ: ПРЕДМЕТНОЕ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО

**Коломиец В. П.**

доктор социологических наук, профессор,  
заведующий кафедрой социологии массовой  
коммуникации факультета журналистики  
Московского государственного университета  
им. М. В. Ломоносова  
(Москва, Россия)  
[vikkolomiets@yandex.ru](mailto:vikkolomiets@yandex.ru)

#### Аннотация:

Проблема, которую решает автор, вытекает из глубокой прагматики, но носит фундаментальный теоретический характер. Прагматика связана с тем, что социология СМИ/массовой коммуникации, преподаваемая в вузах будущим журналистам, долгое время рассматривалась как относительно самостоятельное направление социологического знания. Изменения в цифровой среде, ее трансформация от СМИ к медиа потребовали корректировки читаемых курсов и их замены на медиасоциологию, причем в условиях отсутствия учебников по данной дисциплине и проработки ее фундаментальных теоретических вопросов. Как следствие, остро встал вопрос о предметной области медиасоциологии. В настоящей работе автор пытается прописать факторы, которые детерминируют необходимость перехода от СМИ к медиа, собственное понимание предметного поля медиасоциологии и представляет варианты учебной дисциплины медиасоциологии. Весь текст — это приглашение к дискуссии и обсуждению проблем применения социологического знания в медиаисследованиях, конструирования медиасоциологии как относительно самостоятельного направления социологической рефлексии.

**Ключевые слова:** журналистика, социология СМИ, социология массовой коммуникации, медиа, медиасоциология, социология медиакommunikации, медиатизация

До недавнего времени социологический анализ массовой коммуникации реализовывался в рамках относительно самостоятельного социологического направления «социология СМИ/социология массовой коммуникации», то есть СМИ и массовая коммуникация трактовались как социальные институциональные образования, относительно самостоятельные субъекты социальной жизни,



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

выполняющие в обществе определенные социальные функции. Социологическая эпистемология реализовывалась в рамках структурно-функционального подхода как доминирующего направления анализа (Gitlin, 1978). Существовала учебная дисциплина «Социология СМИ/массовой коммуникации».

По данным нашего опроса (2018 г.), в 34 вузах из 40, в которых готовят журналистов, читался курс «Социология СМИ/массовой коммуникации» (Коломиец, Разин, 2018). К лидерам этого направления, по крайней мере в образовательном процессе, можно отнести авторов широко используемых учебников: Л. Г. Свитич (2010); Л. Н. Федотову (2022); О. Г. Филатову (2006); И. Д. Фомичеву (2012); А. И. Черных (2008); Ф. И. Шаркова и А. А. Родионова (2002). Обращает на себя внимание тот факт, что пик издания учебников и учебных пособий по данной дисциплине пришелся на середину нулевых годов XXI столетия, затем последовало их переиздание, и в последние пять-семь лет, когда медиасреда претерпела серьезную трансформацию, учебники по социологии массовой коммуникации (СМИ, журналистике), перестали появляться. Недавнее переиздание самого объемного учебника Л. Н. Федотовой (2022), который впервые был издан почти двадцать лет тому назад, мало изменил ситуацию.

С формированием цифрового медиапространства традиционные СМИ потеряли свою структурную стройность, многие СМИ эмигрировали в новую коммуникационную среду, разделив ее с блогерами, стримерами, социальными сетями, цифровыми платформами. Коммуникационная среда приобрела иную архитектуру, доминирующую роль заняли цифровые коммуникационные посредники (медиа). Оставаться в структуре анализа традиционных СМИ стало невозможным, возникло огромное множество новых явлений, по поводу которых еще нет консенсуального мнения среди социологов и исследователей медиа. Нетрудно представить и сложности в преподавании данных дисциплин в вузах, когда сложившаяся архитектура курсов рассыпается под влиянием меняющихся практик. Традиционные курсы «социология СМИ» или «социология массовой коммуникации» потребовали существенной корректировки, а точнее замены на более современные не только по названию, но и содержанию. Все чаще речь идет о «медиасоциологии/социологии медиа/социологии медиакommunikации»<sup>1</sup> — курсах, которые не только не имеют методической проработки и учебников, но и не приобрели статус относительно самостоятельной дисциплины в рамках академического социологического знания (Hepp, 2022; Kurtz, 2009; Pooley & Katz, 2008; Silverstone, 2005; Waisbord, 2014). В этих условиях остро встал вопрос определения исследовательского пространства медиасоциологии, ее фиксации

---

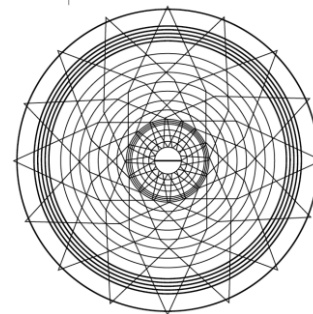
<sup>1</sup> Признавая определенные различия в трактовке данных понятий и исследовательских оптиках, в данном тексте они используются как синонимы. Основным словосочетанием, вокруг которого строится весь текст, в силу своей лингвистической особенности (одно слово) и уже сложившейся практики выступает «медиасоциология», хотя, на наш взгляд, «социология медиа» выглядит точнее, на что обратил внимание и С. Г. Корконосенко, ознакомившись с книгой «Медиасоциология: теория и практика» (Коломиец, 2014).

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*



как образовательной дисциплины, направленной на социологическую подготовку будущих журналистов.

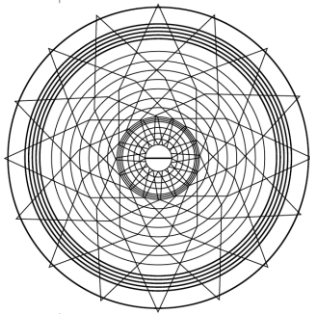
Цель данной статьи — представить и аргументировать предметную область медиасоциологии как относительно самостоятельной области социологического знания и пространства образовательной практики. Глубина проработки этих вопросов в данном случае зависит не только от профессиональных возможностей автора (что, конечно, является основой), но и относительно небольшого объема статьи, в который должен быть «уложен» весь материал. Поэтому данную публикацию можно рассматривать скорее как приглашение к разговору на тему медиасоциологии, — о ее возможностях и ограничениях, — нежели как законченное описание научного направления, претендующего на учебную дисциплину.

### **Цифровая трансформация коммуникационной среды**

Прежде всего мы должны ответить на вопрос: что изменилось в пространстве, которое ранее исследовалось и преподавалось как социология СМИ/массовой коммуникации? Поскольку именно эти изменения выступают детерминантами трансформации социологической эпистемологии от СМИ к медиа. И речь в данном случае идет не столько о смене названия, сколько о сущностных переменах, продиктованных кардинальными преобразованиями в информационно-коммуникационной среде современного общества.

Первое, что бросается в глаза — ликвидация информационного дефицита и получения насыщенной символично-смысловыми сообщениями и их транслирующими каналами коммуникационной среды. Изменения в коммуникационных технологиях по мере проникновения в повседневность приводят к трансформации социальных параметров массовой коммуникации: она рассыпается, кастомизируется, а информационных сообщений, коммуникационных каналов, по которым сообщения доставляются потребителям, и технических средств, с помощью которых происходит медиапотребление, становится много. Субъекты социальной жизни (люди, социальные группы, организации) выстраивают социальные практики уже исходя из того медийного многообразия, в котором они находятся, воспринимая это как естественную среду обитания. Медиапотребление в этих условиях — потоковое, разрушающее привычную дискретность; таргетированное до индивидуального потребителя; технологическое, с использованием множества экранов одновременно. Можно согласиться с И. А. Полуэхтовой, которая утверждает: «Сегодня медиапотребление — это не только потребление контента, но и использование медиа для общения, медиатизированные формы социальной коммуникации, коммуникативные практики, неразрывно связанные с применением медиатехнологий» (Полуэхтова, 2022, с. 209).

Что означает для социологии факт изменения социальных практик потребления информации, когда в условиях ее избыточности и невозможности ее освоить человек реализует экологический подход к информационной перегрузке?



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

Хотя можно утверждать, что человек всегда осознанно выбирал потребляемый контент, будь то библиотека, в которой изобилие книг, или множество телевизионных передач и радиоканалов — он выбирал только то, что соответствовало его интересам. Однако коммуникационное разнообразие, приобретая совершенно иное насыщение, деформировало традиционное медиапотребление. Оно приобрело выборочный, сегментированный, защитный от информационного излишества характер. Качество контента стало определяться способностью привлечь аудиторию, и в медиаиндустрии активно заговорили об экономике внимания (Шаститко, Моросанова и Маркова, 2022).

По мере роста контентного разнообразия стал проявляться процесс девальвации ценности контента. Это приводит к существенным изменениям более глубокого порядка. Реальность в медиа стала терять свою рациональную основу. Увеличение объема информации не привело к предсказуемости и большей определенности, а повысило уровень энтропии в обществе. «Информационное общество», «общество знания», о котором писали теоретики прошлого столетия (Белл, 2004; Масуда, 2003; Тоффлер, 2009; Кастельс, 2000), по результатам сегодняшнего дня — это скорее полная противоположность: информации много, а знаний мало. Роль информационной составляющей в развитии общества является отдельной, скорее философской темой и находится за пределами наших рассуждений. В данном случае для нас важно зафиксировать факт изменения практик медиапотребления, подчеркнуть активную роль индивида, которая в традиционной социологии массовой коммуникации отмечалась, но, как правило, игнорировалась. В современных условиях делать это уже невозможно, поэтому анализ коммуникационных практик индивида, его паттерны медиапотребления становятся в центр медиасоциологии. Необходимо также подчеркнуть тот факт, что практика использования медиатехнологий вышла за пределы медиапотребления, включив в себя работу, учебу, покупки, спорт, досуговую деятельность и многое другое. Медиаактивность распространилась практически на все сферы повседневной жизни человека, и это существенный вызов для социологов.

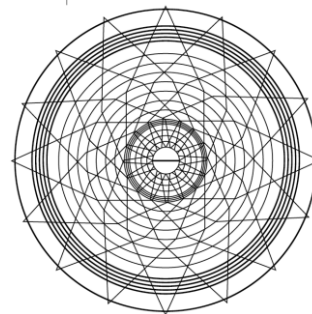
Второй факт, тесно связанный с первым, заключается в том, что цифровая среда создала условия, в которых каждый может быть и потребителем, и создателем контента и, что самое главное, распространителем собственного творения на практически неограниченный круг людей. При этом коммуникатор (создатель коммуникационного сообщения) может не только распространять созданный им контент с использованием медиа, но и выстраивать отношения. То есть медиа по своей генетической сути — это не столько информационный инструмент, хотя таковым он тоже является, сколько инструмент коммуникации, создания сообществ. Конструирование групповой идентичности стало одной из основных функций медиа, которая реализуется через разнообразные

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиа социология:*

*предметное и образовательное пространство*



коммуникационные структуры, получившие несколько странное для социологов наименование «социальные сети»<sup>2</sup>.

СМИ и медиа — это разные инструменты создания человеческих сообществ. СМИ, — и здесь можно согласиться с интеллектуальными лидерами Франкфуртской школы социальной критики Максом Хоркхаймером и Теодором Адорно, которые в «Диалектике просвещения» утверждали, что индустрия культуры — это преднамеренное объединение ее потребителей сверху (Хоркхаймер и Адорно, 1997), — является центральным институтом индустрии культуры, а, следовательно, и интегратором общества сверху. Медиа имеют совершенно иную онтологию. В связи с активностью пользователей, медиа позволяют выстраивать отношения между конкретными индивидами и создавать сообщества, поддерживать их и развивать. Это можно обозначить как объединение снизу. Не самый приятный для властей инструмент, поскольку является трудно контролируемым в силу его неограниченного разнообразия, если не иметь в виду рубильник как основное регулятивное средство.

Третий факт связан с различиями в истории возникновения СМИ и медиа (Цилински, 2019; Киттлер, 2009; Вартанова, 2010). Если средства массовой информации возникли в результате освоения государством таких технических достижений, как радио и телевидение, превратив их в свой управленческий инструмент (таким он остается и в настоящее время), то медиа возникли в связи с развитием интернета — свободной коммуникационной среды. Да, со временем ситуация меняется, но исторически медиа возникают в более свободной среде и даже сейчас позволяют утверждать, что контент в среде интернета более разнообразен, менее подвержен контролю и в значительной степени законодательно не регулируется. То есть медиа распространяют не всегда контролируемый государством контент, и, следовательно, они в меньшей степени могут выступать институтом контроля и регулирования общественной жизни, быть функцией, которая с определенной долей успешности реализуются традиционными СМИ.

Четвертый факт. В отличие от СМИ, которые нацелены на легитимацию существующих общественных отношений, медиа — это совокупность информационно-коммуникационных технологий, позволяющих создавать и распространять разнообразный контент с целью получения прибыли. Коммерциализация, конечно, затронула все коммуникационные инструменты, но

---

<sup>2</sup> Впервые с выражением «социальные медиа» автор столкнулся двадцать лет назад на фестивале рекламы в Каннах, когда один из докладчиков активно использовал понятие «social media», которое «резало» социологическое профессиональное ухо, поскольку все медиа (СМИ) с точки зрения социологии были «social». Появление каких-то особенных социальных медиа, с точки зрения научной строгости, выглядело абсурдным. Однако понятие «социальные медиа» закрепились в научном лексиконе медиаисследований. Этот факт приведен для того, чтобы показать одну из особенностей научного теоретизирования в области медиа: когда исходные понятия задаются индустрией, а наука встраивает их в исследовательский дискурс, хотя зачастую они отражают не онтологию явления, а его улучшенную или просто красивую репрезентацию.



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

медиа стали носителями идеологии извлечения прибыли (монетизация) из каждого элемента коммуникационного процесса. Цифровая коммуникация расширила «товарную линейку» коммерческих СМИ, дополнив ее цифровыми данными, с помощью которых можно сделать существенный шаг вперед по алгоритмическому прогнозированию современного медиапотребления. Это совершенно новый аспект коммуникационной среды, который требует социологического осмысления и понимания.

И пятый. СМИ конструирует свою аудиторию, создает ее, пестует, наращивает и старается не обманывать. Контент — это тот фундамент, на котором и генерируется аудитория. Медиа двигаются по иному пути. Безграничный объем информации и развлечений в медиа порождают высококонкурентную среду, а это, в свою очередь, приводит даже не к сегментации на какие-то значимые по объему аудиторные сегменты, а к ее дроблению. Контент сегодня — это, скорее, наживка для определенной, очень узкой аудитории. Если контент не получает должной реакции от потребителей, его тут же меняют на другой. Главное — это монетизация контента (Eichhorn, 2022).

В условиях острейшей конкуренции среди производителей контента они неизбежно будут дифференцировать его все больше, чтобы поймать и монетизировать уникальную аудиторию. То есть, если одной из задач традиционных СМИ выступала необходимость создания единого информационного пространства, — при определенной, как правило, половозрастной дифференциации, — то коммерческая логика медиа приводит к его узкой сегментации. Это порождает проблемы социализации как трансляции социального опыта от поколений к поколениям, то есть с развитием цифровых коммуникационных технологий традиционная социологическая проблема приобретает совершенно иное звучание.

Все эти изменения носят фундаментальный характер и приводят к тому, что понятия «СМИ» и «массовая коммуникация» перестают описывать как состояние, так и коммуникационный процесс современного общества. Структурно-функциональная теория, которая длительное время выступала доминирующей парадигмой медиаисследований, теряет свою привлекательность, так как медиа как исходная категория не имеют четко очерченных границ, а их декомпозиция приводит к тому, что структурные элементы медиа выполняют совершенно разные функции. Как следствие, фиксация каких-то единых функций медиа, какие всегда были в СМИ, не представляется возможным.

### **Медиа в социологическом дискурсе**

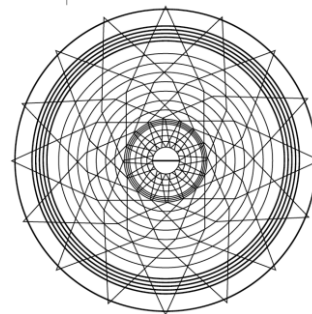
Представление медиа в социологическом дискурсе, необходимость которого мы попытались показать в предыдущей части статьи, на первый взгляд не выглядит сложной задачей — необходимо изъять медиа из реальности и презентовать на языке социологии. Однако данная аналитическая процедура натывается на ряд эпистемологических трудностей.

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*



Главная из них заключается в категориальной неопределенности (точнее безграничности) понятия «медиа». Понятно, что речь идет о посреднике, позволяющем создавать, хранить, распространять и потреблять символические сообщения. Однако проблема заключается в том, что наделять нечто смыслом — это особенность человеческого сознания, которая реализуется как в процессе творчества (создания некоторого сообщения, контента), так и в процессе потребления (медиапотребления), когда реципиент декодирует это сообщение, выделяет заложенный в нем смысл или видит нечто иное, что автор не подразумевал. Более того, реципиент может «увидеть» некий смысл, символ в предмете, который для этого не предназначался, например, в ветке дерева — оленя. В данном случае ветка стала посредником («медиумом») в коммуникации между человеком и природой. Ситуация становится еще более запутанной, когда в качестве посредника выступает так называемая «умная колонка», например, Алиса, которая предлагает контент, выбирая его с помощью математических алгоритмов, построенных на предыдущем опыте медиапотребления пользователя.

Ряд зарубежных исследователей обозначают это как утрату агентности, которой обладали институты СМИ (Нерр, 2022). Медиа, в отличие от СМИ, практически не имеют границ, они размыты, растворены, проникли во все поры социальной жизни, что скорее свидетельствует о необходимости говорить о социологии медиатизированного общества как социологии сегодняшнего дня, чем о медиасоциологии как самостоятельном социологическом направлении.

В отечественной литературе нет дискуссии по этому вопросу. Объяснение заключается в том, что социологией массовых коммуникаций, как правило, занимаются не социологи, а журналисты (медиаисследователи), для которых СМИ/массовая коммуникация — это сфера профессиональной деятельности. Цифровизация также существенным образом повлияла на профессиональную деятельность журналистов, что и является объектом постоянного внимания, теоретической рефлексии со стороны журналистов-теоретиков. Социология в этом аспекте является инструментом исследовательской деятельности журналиста, которая включает в себя набор концептуальных представлений об обществе и его функционировании и развитии, а также набор «инструментов» для работы (сбора, обработки, интерпретации и презентации) с данными.

Медиасоциология, как нам видится, имеет несколько иной фокус анализа. Социологи развивают предметное поле социологии, проводят исследования в рамках социологической дисциплинарной матрицы и пытаются понять, как изменения в современном медиапространстве влияют на социологическую рефлексию общественной жизни. Какие вызовы порождает цифровая коммуникационная среда и медиатизированные коммуникационные практики, какие социальные проблемы инициируются новой коммуникационной средой и требуют социологического анализа? Какое новое знание несет применение социологического дискурса к медиакоммуникации? Для них это поле развития социологии (Коломиец, 2017). Однако эти вопросы не находятся в социологическом мейнстриме. Нет специализированных научных журналов по медиасоциологии;



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

редко можно встретить статьи по социологии медиа в академических социологических журналах. Как мы уже отмечали, отсутствует учебная литература, если вести речь о медиасоциологии как учебной дисциплине.

Что же включает в себя предметное поле медиасоциологии? Не претендуя на абсолютную истинность и полноту суждений, выскажу некоторые, возможно спорные, (что и предполагает дискуссию) представления, которые носят скорее спекулятивный характер и порождены наблюдениями за современными коммуникационными практиками и представленным выше онтологическим различием между пониманием СМИ и медиа.

Первая исследовательская проблема, которая может и должна рассматриваться в социологическом дискурсе, исходит из практически безграничного понимания медиа, что позволяет исследователю в качестве предельно широкого исследовательского пространства медиасоциологии рассматривать взаимовлияние медиа и общества. В этом исследовательском ракурсе медиасоциология — это, прежде всего, социологический анализ общества, в котором медиа выступают технологическим посредником в общественных отношениях (Коломиец, 2014, с. 74–75). Исходным в этих рассуждениях является утверждение, разделяемое большинством исследователей, того, что медиасоциология — это область социальной науки, изучающая роль технологически опосредованной коммуникации в конструировании социального мира (Silverstone, 2005). «Главный тезис, — пишет уже упоминаемый нами исследователь Хепп, — заключается в том, что медиасоциология — это социология современного общества; это социология общества, которое конструируется с помощью медиатизированных повседневных практик людей» (Нерр, 2022). То есть медиа является не только и даже не столько естественным набором символично-смысловых конструкций, создаваемых и распространяемых с помощью цифровых коммуникационных технологий, сколько социально детерминированным процессом медиатизированных коммуникационных практик. При этом детерминация коммуникационных практик носит многоаспектный характер. Один из них происходит на ценностном уровне.

Прежде всего, это ценности, интересы и представления тех, кто производит технологическую среду, в которую погружается человек, а также интересы и ценности тех, кто производит контент (ценностно-смысловое содержание), и, наконец, культура пользователей, которая в определенной мере задает основные тропы медиатизированных практик индивидов. Следуя этой логике, социологический анализ — это анализ того, как отдельные лица, группы и общества интегрируют контент и технологии в общественное пространство и повседневный опыт людей, и к каким социальным последствиям это приводит. Социологический подход предполагает определенное социальное измерение (иерархию в архитектуре властных отношений) любого производителя или потребителя контента, канала коммуникации. Медиасоциология изучает социальную составляющую всего того, что покрывает исходное понятие «медиа»: медиаорганизации, медиатехнологии, медиаконтент, аудитории и

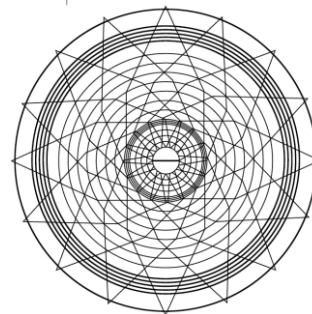


## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*



медиакоммуникацию как процесс взаимосвязи этих элементов. Она позволяет «расколдовывать» показную естественность медиасреды и фиксировать социальные силы, которые стоят за этим.

В этом широком исследовательском пространстве взаимопроникновения медиа и общества с определенной долей условности можно сформулировать две исследовательские оптики. Первая направляет свой исследовательский интерес на медиатизированное общество. Проблемы власти, политики, социального неравенства, человеческого общежития, гендера, то есть ключевые социологические проблемы в медиасоциологии приобретают медиатизированное содержание. Медиатизация как процесс и как результат повсеместного проникновения медиа во все сферы общественной жизни становится объектом исследования медиасоциологии. Вторая оптика направлена «внутри» медиа как некоего технико-символично-экономического пространства, которое строится вокруг определенной субъектности. Происходит процесс деконструкции целостного представления медиа и анализ выделенных элементов с точки зрения их эффективного общественного (культурного, идеологического, экономического и т. п.) функционирования. Важное место в этой оптике занимают сами медиа, их постоянная трансформация в современных условиях, конфликтность, порождаемая технологическими инновациями, которые ломают традиционные границы рынка и сложившиеся бизнес-модели (Коломиец, 2020).

Вторая исследовательская проблема или проблемное пространство связано с социологическим анализом современной коммуникационной среды. В данном аспекте медиа рассматриваются как совокупность экосистем, инфраструктура бытия, — среда организации времени, пространства и власти, которую можно понимать в таких терминах, как публичная сфера Юргена Хабермаса, сеть Мануэля Кастельса или поле Пьера Бурдьё. Ее анализ является центральной проблемой медиасоциологии как относительно самостоятельного направления социологических исследований.

Зарубежные медиаисследователи все чаще призывают изучать технологическую составляющую системы медиакоммуникации, то есть то, что до недавнего времени не входило в сферу исследования социальных ученых, а рассматривалась как естественная и практически неизменная среда обитания медиа. Они считают, что необходимо изучать все, что обозначается как инфраструктура: от кабелей под землей или водой до спутников в небе, от ремонтных мастерских до команд обслуживания в дата-центрах. Социологический подход к анализу инфраструктуры позволяет смотреть поверх технологий, видя за ними идеологическую работу по созданию, сборке и поддержанию медиаинфраструктуры (Коломиец, 2020, с.122–144).

Социологический подход к медиасреде предполагает, что медиасреда есть результат деятельности социальных сил, групп, отдельных индивидов, имеющих обобщенные интересы. Медиасреда как социальный феномен ежедневно и ежесекундно производится индивидуальными и коллективными социальными агентами. Все это является полем для применения социологического знания,



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

социологической интерпретации и презентации медиасоциологии. Медиасоциология занимает свое место на перекрестке исследований медиасреды для концептуализации трансформаций общества и коммуникационных практик для понимания проблем функционирования медиаиндустрии.

Медиатизированные коммуникативные практики, их концептуализация и осмысление — это третий блок проблем, который может и должен находиться в центре медиасоциологии. В этом блоке традиционно выделяются два феномена: «аудитория» и «медиапотребление». Оба феномена с развитием цифровой коммуникационной среды претерпели определенные изменения.

Аудитория как конструируемые каналами СМИ сообщества, которые выступают продуктом для «продажи» рекламодателям, — порождение коммерческой составляющей функционирования СМИ в доцифровую эпоху. Цифровая медиасреда мало что поменяла в этой модели монетизации, добавились лишь цифровые каналы, но суть осталась прежней: аудитория — это сконструированный продукт для продажи, а цифровая среда породила новые возможности для ее конструирования.

В эпоху традиционных СМИ «видение» аудитории основывалось на научном подходе, объединяющем социальную теорию и эмпирические исследования. Без результатов социологических исследований нет аудитории как продукта, приносящего финансовый успех конкретному СМИ. В связи с цифровизацией, влекущей за собой диверсификацию аудитории и появление большого количества «цифровых следов», расширяется как необходимость, так и возможность применения социологического знания в аудиторных исследованиях. Необходимость связана с тем, что аудиторных сегментов стало неизмеримо больше, и их количество постоянно увеличивается. Возможность связана с тем, что исследователь (хотелось бы, чтобы это был профессиональный социолог) получает огромный массив поведенческой информации. Наличие этого массива позволяет исследователю находить паттерны не просто как аналитически выделяемые последовательности, но как регулярности, укорененные в социальной реальности, то есть конструирующие эту реальность. Аудитория медианосителя или контента «собирается» алгоритмически на поведенческих данных через поиск закономерностей в хаосе, предсказуемости и повторяемости в многообразии.

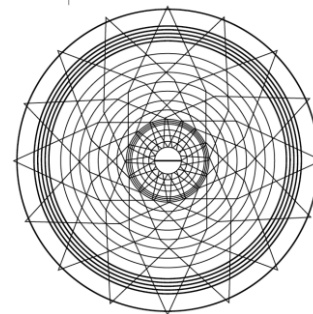
Традиционный ракурс аудиторных исследований даже в их цифровом выражении понятен. Речь идет о конструировании «продукта» на продажу, и здесь социологическая эмпирика играет центральную роль. Однако более интересным для социолога является взгляд на аудиторию как активного субъекта коммуникационной практики, социальной жизни. Как это ни парадоксально, он позволяет выйти за пределы коммуникационных практик и обратить внимание на средовые условия. Повторим вновь, поскольку это неочевидно: анализ медиатизированных поведенческих практик как основы индивидуальной социализации и построения общественных отношений с неизбежностью толкает исследователей (социологов) к анализу средовых условий, в которых скрыты поведенческие сценарии (доминирование, власть, контроль) и, что более важно,

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиа социология:*

*предметное и образовательное пространство*



возможности их нарушения, то есть границы свободы и творчества. По мере проникновения медиа в повседневную жизнь человека и расширения его зависимости от медиа, все более значимым как в теоретическом, так и в практическом плане становится развитие новых технологий, растущий объем больших данных, тотальное потребление контента в цифровой среде.

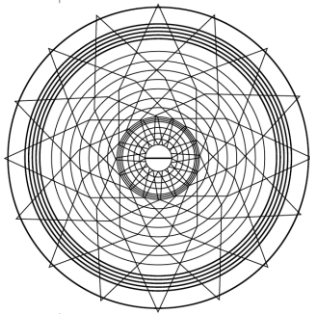
Сложности фиксации исследовательского пространства медиа социологии очевидны и порождены технологическими инновациями цифровой среды, которая стремительно меняется, и это является вызовом социологической науке. Принципиальным является то, что социология медиа, — хотя и «вытекает» из социологии СМИ или массовой коммуникации, — это другая социология, базирующаяся на анализе многообразных коммуникационных практик, паттерн активностей индивидов в медиатизированной коммуникационной среде. Конечно, вся эта спекулятивная аргументация не может заменить коллективную деятельность исследователей по развитию медиа социологии как самостоятельного исследовательского направления.

Определенным маркером самостоятельности того или иного научного направления можно считать формирование на его основе учебной дисциплины, в которой с дидактическими целями систематизируются основные научные достижения данного направления. Исходя из этого, рассмотрим образовательное пространство медиа социологии, которое сейчас только начинает складываться.

### **Образовательное пространство медиа социологии**

Социология массовой коммуникации (в вариантах «социология СМИ, социология журналистики») уже долгое время преподается будущим журналистам. Как мы отмечали выше, при подготовке журналистов в вузах изучается «Социология журналистики» или «Социология СМИ». Множественность учебников также свидетельствует о наличии и распространенности преподавания «Социологии массовой коммуникации» в вузах. Какие содержательные изменения претерпевают или должны претерпевать курсы «Социологии массовой коммуникации» или «Социология СМИ» при трансформации исследовательского пространства к медиа социологии или социологии медиа?

Возьмем в качестве примера учебное пособие И. Д. Фомичевой «Социология СМИ», которое, несмотря на последнее издание, изданное в 2012 году, остается важным источником знания о социологии СМИ для студентов-журналистов: в 2018 году из 40 вузов этот учебник использовался в 15 (Коломиец и Разин, 2018). Все содержание учебного пособия И. Д. Фомичевой можно разложить на три составляющие: теоретическое, историческое и эмпирическое. Исторические и эмпирические главы, которые знакомят будущих журналистов с историей отечественной социологии СМИ, процедурами и методами эмпирических исследований СМИ, ничего не приобретут и не потеряют, если просто поменять СМИ на медиа и провести некоторую редакторскую работу по насыщению текста современной терминологией. Сложнее обстоит дело с теоретической частью, в которой подробно, через реализацию социальных функций, прописана роль



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

традиционных СМИ в обществе. Но проблема, о которой мы писали выше, заключается в том, что развитие СМИ (как технической, так и контентной составляющей) вышло за пределы посредничества в распространении информации и развлечения, превратившись в медиа — посредника повседневных практик, элемент общественных отношений. Эта особенность медиа не позволяет обойтись простой заменой СМИ на медиа, поскольку онтологическая сложность медиа ставит под вопрос функциональное описание медиа как феномена общественной жизни.

Этот пример позволяет предположить необходимость постепенного перехода от СМИ к медиа и иллюстрирует трудности, которые при этом возникают. Курс обречен на эклектичность, что, вероятно, соответствует времени, в котором мы живем. Времени, в котором существуют традиционные СМИ, их цифровая репликация и совершенно новые коммуникационные средства. И каждый из этих акторов социальной жизни требует своего теоретического осмысления, которое может проводиться в рамках традиционных социологических концепций. Как только мы осуществляем эвристическую когезию, под эгидой понятия «медиа» мы получаем явление иного порядка, требующего иной социологии. В аспекте этих рассуждений возникает повод поговорить о некоторой инновации при построении курса, которая вытекает из представленной выше трактовки предметного пространства медиакommunikации.

Исходным в наших рассуждениях является утверждение о том, что медиасоциология — это область социологии, изучающая роль медиа в конструировании социального мира. Такое понимание медиасоциологии предполагает большое количество вариантов построения учебной дисциплины. Конечно, учебная дисциплина должна презентовать то, что уже наработано наукой, то, что стало устоявшимся знанием. В медиасоциологии такого систематического знания, которое можно взять с полки научного музея, практически нет, а если и присутствуют некоторые элементы и осколки знаний социологии СМИ и массовой коммуникации, то их необходимо вписать в совершенно новую логику построения курса. Все это приводит к необходимости поиска, а точнее параллельности исследовательской и образовательной деятельности, формирования образовательного курса «медиасоциология» через исследовательскую практику. Путь сложный, но интересный.

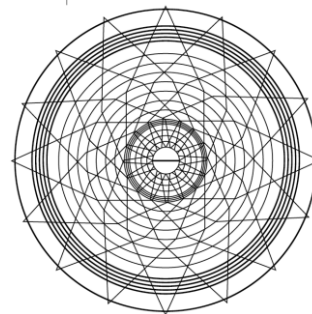
В современной научной литературе уже сейчас можно найти некоторые варианты структурирования исследований в области медиасоциологии, которые могут стать основой образовательного курса. К примеру, Хепп пишет: «Главный аргумент заключается в том, что медиасоциология развилась из социологии массовой коммуникации в социологию глубоко медиатизированного мира. Есть еще три конкретных изменения, которые мы можем связать с этим сдвигом: во-первых, переосмысление деятельности, во-вторых, переопределение социальных отношений и, в-третьих, новое открытие порядка в свете цифровых технологий» (Нерр, 2022). То есть если вести речь о курсе медиасоциологии, то он может включать в себя три основных блока: презентация изменений социальных практик

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиа социология:*

*предметное и образовательное пространство*



в результате использования цифровых коммуникационных технологий; описание изменений социальных отношений, социальных связей, социального капитала и новых социальных противоречий; формирование новых социальных общностей, новой архитектуры общества и возникновения новых центров властвования. Это одна из возможных схем курса, которая далеко уходит от привычных построений в разрезе социологии СМИ или массовой коммуникации.

Можно предложить иной, возможно более традиционный путь учебной презентации медиа социологии, в котором наше требование анализа среды медиакommunikации, о котором мы писали выше, совмещается с традиционным сферным подходом к анализу общества. В данном случае исходной точкой анализа и презентации функционирования медиа в современном обществе выступают не сами медиа, которые не структурированы, а совокупность медиатизированных взаимосвязей и отношений, проявляемых в различных сферах общественной жизни. Поскольку любая сфера современного общества медиатизированна, то роль медиа в построении и функционировании раскрывается через анализ этой сферы. Это еще один из заходов на концептуализацию медиасреды, в которой через социальные практики решаются социальные проблемы.

Медиа социология в таком случае предстает как учебная дисциплина, направленная на социологический анализ и концептуализацию медиатизированного общества, его основных сфер. Курс должен показывать студентам, что происходит с социальной жизнью, когда она становится медийной. Основная интенция обучения заключается не только в описании социальных механизмов функционирования медиатизированного общества, но и в раскрытии возможностей человека, которые порождают современные технологии в преобразовании общества. Медиа социология должна закладывать у студента уверенность в возможности преобразования общества к лучшему.

Такое очень широкое наполнение курса медиа социологии хотя и интересно, и полезно практически любому специалисту гуманитарного профиля, все же несколько удаляет будущего журналиста от профессии. Основная позиция, из которой мы исходим, заключается в том, что задача по обеспечению социологической подготовки журналиста состоит в наполнении профессиональных компетенций будущих журналистов знаниями о функционировании общества и его институтов, активной роли индивида — и, прежде всего, журналиста — в его преобразовании и развитии, а также в вооружении будущего журналиста методами фиксации социальной проблемы и инструментами, направленными на сбор и обработку разнообразных данных с целью получения релевантной для определенной проблемы информации. Социология выступает инструментом профессиональной деятельности журналиста, которая направлена на работу с информацией.

В этом разрезе понимания профессиональной деятельности журналиста и места социологического знания, медиа социология — это интересная, полезная, но не лучшая дисциплина, поскольку ее слишком широкое толкование приводит к теории вопроса о роли медиа (в широком понимании — медиатизации) в обществе,



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

но существенно отдаляет от профессиональной деятельности журналиста, которая была представлена в курсах «Социологии СМИ» или «Социология массовой коммуникации». Замена этих курсов на курс «Медиасоциология» — это скорее эмоциональная реакция на неудовлетворенность содержанием методической литературы традиционных курсов и попытка пойти по простому пути: сменить название «СМИ» на «медиа» как на более современное, актуальное, но мало чем отличающееся от первого.

Когда-то основным социологическим курсом для журналистов был курс «Социология журналистики» (Корконосенко, 2004; Свитич, 2010). В некоторых вузах он продолжает быть таковым (Коломиец и Разин 2018). Вероятно, если исходить из тех задач, которые мы зафиксировали, «социология журналистики», по крайней мере, по названию, может претендовать на основной курс (конечно, хотелось бы, чтобы ему предшествовал курс «Общая социология», который в значительной части вузов существует) для социологической подготовки будущих журналистов. Однако это должен быть несколько иной курс, чем тот, который представлен в учебниках С. Г. Корконосенко или Л. Г. Свитич. Главный посыл такого курса в том, что социология — это инструмент профессиональной деятельности журналиста современного цифрового общества не только на уровне его понимания, но и практической работы с информацией, ее получением, обработкой и интерпретацией. Такой курс еще ждет своей разработки, но мы глубоко убеждены, что социологическое знание — это основа журналистской деятельности как творческой символично-смысловой деятельности с использованием современных технологических посредников, направленной на конструирование реальности, ее преобразование и развитие. Медиасоциология же в том аспекте, в котором мы ее представили, — это скорее курс для будущих социологов, для которых современное медиатизированное общество является пространством применения социологического знания и развития социологии как научной дисциплины.

Повторимся. Все высказанные выше суждения несут в себе большой элемент субъективности и выступают скорее в качестве инициации дискуссии, нежели являются конечным обоснованием исследовательского и образовательного пространства медиасоциологии.

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

Белл, Д. (2004). Грядущее постиндустриальное общество. Образец социального прогнозирования. Academia.

Вартанова, Е. Л. (ред.). (2010). СМИ в меняющейся России. Аспект Пресс.

Кастельс, М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Издательский дом ГУ ВШЭ.

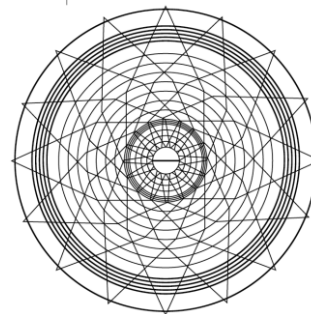
Киттлер, Ф. (2009). Оптические медиа: берлинские лекции 1999 г. Логос: ГНОЗИС.

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиа социология:*

*предметное и образовательное пространство*



Коломиец, В. П. (2014). Медиа социология: теория и практика. Аналитический центр Vi.

Коломиец, В. П. (2017). Социология массовой коммуникации в обществе коммуникационного изобилия. Социологические исследования, (6), 3–13. <https://doi.org/10.7868/S0132162517060010>

Коломиец, В. П., Разин, П. В. (2018). Преподавание социологии студентам-журналистам. Медиа скоп, (1), <http://www.mediascope.ru/2415>

Коломиец, В. П. (2020). Медиатизация медиа. Издательство московского университета.

Корконосенко, С. Г. (ред.). (2004). Социология журналистики. Аспект Пресс.

Масуда, Е. (2003). Информационное общество как постиндустриальное общество. Academia.

Полуэхтова, И. А. (2022). Медиа потребление в цифровой среде: к вопросу о методологии исследований. Знание. Понимание. Умение, (3), 206–218. <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.19>

Свитич, Л. Г. (2010). Социология журналистики. Методология, методы, направления и результаты исследований. Учебное пособие. ВК.

Федотова, Л. Н. (2022). Социология массовой коммуникации. Теория и практика. Юрайт.

Филатова, О. Г. (2006). Социология массовой коммуникации: Учебное пособие. Гардарики.

Фомичева, И. Д. (2012). Социология СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. Аспект Пресс.

Тоффлер, Э. (2009). Третья волна. АСТ.

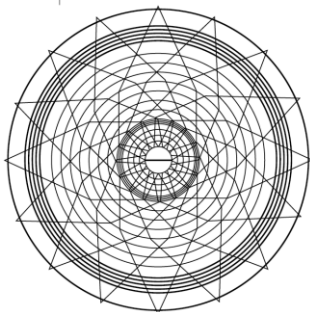
Хоркхаймер, М., и Адорно, Т. (1997). Диалектика просвещения. Философские фрагменты. Медиум, Ювента.

Цилински, З. (2019). Археология медиа: о «глубинном времени» аудиовизуальных технологий. АД Маргинем пресс.

Черных, А. И. (2008). Социология массовых коммуникаций. Учебное пособие. Издательский дом ГУ ВШЭ.

Шаститко, А. Е., Моросанова, А. А., и Маркова, О. А. (2022). Экономика внимания: вопросы применения. Вопросы теоретической экономики, (1), 7–23. [https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE\\_2022\\_1\\_7\\_23](https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2022_1_7_23)

Шарков, Ф. И., и Родионов, А. А. (2002). Социология массовой коммуникации: в 2-х ч.: Учеб. пособие для вузов. Перспектива.



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Eichhorn, K. (2022). Content. The MIT Press Essential Knowledge Series. <https://doi.org/10.7551/mitpress/13809.001.0001>

Gitlin, T. (1978). Media Sociology: The Dominant Paradigm. *Theory and Society*, (6), 205-253. <https://doi.org/10.1007/bf01681751>

Hepp, A. (2022). Agency, social relations, and order: Media sociology's shift into the digital. *Communications*. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0079>

Kurtz, E. (2009). Why Sociology Abandoned Communication. *The American Sociologist*, (40), 167–174. <https://doi.org/10.1007/s12108-009-9077-y>

Pooley, J., & Katz, E. (2008). Further Notes on Why American Sociology Abandoned Mass Communication Research. *Journal of Communication*, 58(4), 767–786. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00413.x>

Silverstone, R. (2005). The sociology of mediation and communication. *The SAGE handbook of sociology*. <https://doi.org/10.4135/9781848608115.n11>

Waisbord, S. (2014). Media Sociology: A Reappraisal. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199756841-0064>

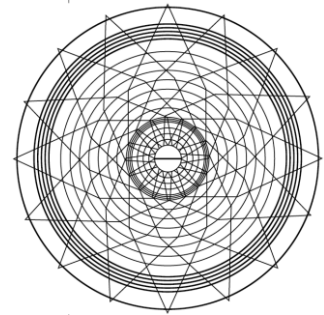


## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиа социология:

предметное и образовательное пространство



## MEDIA SOCIOLOGY: SUBJECT AND EDUCATIONAL SPACE

### **Kolomiets V. P.**

Doctor of Sociological Sciences,  
Professor, Head of the Department of Sociology of  
Mass Communication of the Faculty of Journalism,  
Lomonosov Moscow State University  
(Moscow, Russia)  
[vikkolomiets@yandex.ru](mailto:vikkolomiets@yandex.ru)

### **Abstract:**

The problem of the article is based on deep pragmatics with fundamental and theoretical foundations. The pragmatics is related to the fact that universities with a degree in Journalism have long taught sociology of journalism and mass communication, which was seen as a relatively independent branch of sociological knowledge. Changes in the digital environment, the transformation of media and communication industries demanded changes in the courses, replacing them with media sociology, and, to make matters worse, in the absence of textbooks and theoretical elaboration. The question of the subject area of media sociology, which presumably should replace the courses of the sociology of journalism or the sociology of mass communication, became acute. The paper concludes by identifying the factors that determine the necessity of the transition from journalism to media, and the author's understanding of the subject field of media sociology and options for the academic discipline of media sociology. The article is an invitation to discuss the problems of application of sociological knowledge in media studies and construction of media sociology as a relatively independent direction of sociological reflection.

**Keywords:** journalism, sociology of mass media, sociology of mass communication, media, media sociology, sociology of media communication, mediatisation

## **REFERENCES**

Bell, D. (2004). Grjadushhee postindustrial'noe obshchestvo. Obrazec social'nogo prognozirovaniya. Academia.

Chernyh, A. I. (2008). Sociologiya massovykh kommunikacij. Uchebnoe posobie. Izdatel'skij dom GU VShJe.



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиа социология:

предметное и образовательное пространство

Cilinski, Z. (2019). Arheologija media: o «glubinnom vremeni» audiovizual'nyh tehnologij. AD Marginem press.

Eichhorn, K. (2022). Content. The MIT Press Essential Knowledge Series. <https://doi.org/10.7551/mitpress/13809.001.0001>

Fedotova, L. N. (2022). Sociologija massovoj kommunikacii. Teorija i praktika. Jurajt.

Filatova, O. G. (2006). Sociologija massovoj kommunikacii: Uchebnoe posobie. Gardariki.

Fomicheva, I. D. (2012). Sociologija SMI: Ucheb. posobie dlja studentov vuzov. Aspekt Press.

Gitlin, T. (1978). Media Sociology: The Dominant Paradigm. Theory and Society, (6), 205-253. <https://doi.org/10.1007/bf01681751>

Hepp, A. (2022). Agency, social relations, and order: Media sociology's shift into the digital. Communications. <https://doi.org/10.1515/commun-2020-0079>

Horkhajmer, M., & Adorno, T. (1997). Dialektika prosveshhenija. Filosofskie fragmenty. Medium, Juventa.

Kastel's, M. (2000). Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura. Izdatel'skij dom GU VShJe.

Kittler, F. (2009). Opticheskie media: berlinskie lekicii 1999 g. Logos: GNOZIS.

Kolomic, V. P. (2014). Mediasociologija: teorija i praktika. Analiticheskij centr Vi.

Kolomic, V. P. (2017). Sociologija massovoj kommunikacii v obshhestve kommunikacionnogo izobilija. Sociologicheskie issledovanija, (6), 3–13. <https://doi.org/10.7868/S0132162517060010>

Kolomic, V. P., & Razin, P. V. (2018). Prepodavanie sociologii studentam-zhurnalistam. Mediaskop, (1), <http://www.mediascope.ru/2415>

Kolomic, V. P. (2020). Mediatizacija media. Izdatel'stvo moskovskogo universiteta.

Korkonosenko, S. G. (Ed.). (2004). Sociologija zhurnalistiki. Aspekt Press.

Kurtz, E. (2009). Why Sociology Abandoned Communication. The American Sociologist, (40), 167–174. <https://doi.org/10.1007/s12108-009-9077-y>

Masuda, E. (2003). Informacionnoe obshhestvo kak postindustrial'noe obshhestvo. Academia.

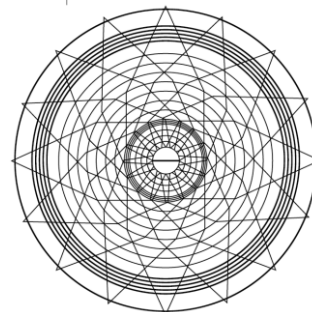
Polujehtova, I. A. (2022). Mediapotreblenie v cifrovoj srede: k voprosu o metodologii issledovanij. Znanie. Ponimanie. Umenie, (3), 206–2018. <https://doi.org/10.17805/zpu.2022.3.19>

## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиа социология:*

*предметное и образовательное пространство*



Pooley, J. & Katz, E. (2008). Further Notes on Why American Sociology Abandoned Mass Communication Research. *Journal of Communication*, 58(4), 767–786. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00413.x>

Sharkov, F. I., & Rodionov, A. A. (2002). *Sociologija massovoj kommunikacii : v 2-h ch.: Ucheb. posobie dlja vuzov. Perspektiva.*

Shastitko, A. E., Morosanova, A. A., & Markova, O. A. (2022). Jekonomika vnimanija: voprosy primenenija. *Voprosy teoreticheskoj jekonomiki*, (1), 7–23. [https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE\\_2022\\_1\\_7\\_23](https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2022_1_7_23)

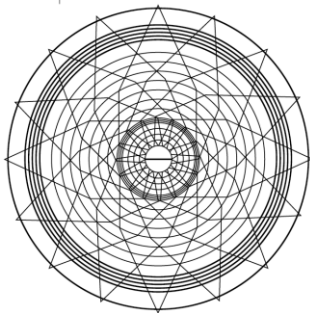
Silverstone, R. (2005). The sociology of mediation and communication. *The SAGE handbook of sociology*. <https://doi.org/10.4135/9781848608115.n11>

Svitich, L. G. (2010). *Sociologija zhurnalistiki. Metodologija, metody, napravlenija i rezul'taty issledovanij. Uchebnoe posobie. VK.*

Toffler, Je. (2009). *Tret'ja volna. AST.*

Vartanova, E. L. (Ed.). (2010). *SMI v menjajushhejsja Rossii. Aspekt Press.*

Waisbord, S. (2014). *Media Sociology: A Reappraisal.* <https://doi.org/10.1093/obo/9780199756841-0064>



## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

Академическая культура преподавателя журналистики

### АКАДЕМИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Корконосенко С. Г.**

доктор политических наук, профессор

Санкт-Петербургского государственного университета

(Санкт-Петербург, Россия)

[s.korkonosenko@spbu.ru](mailto:s.korkonosenko@spbu.ru)

#### Аннотация:

В статье рассматривается академическая культура как атрибут журналистского образования и квалификационная характеристика преподавателя. В этом контексте ставятся вопросы о профессиональной идеологии и идентичности педагога, его одновременной включенности в медийную индустрию и университетскую среду.

**Ключевые слова:** журналистское образование, академическая культура, профессиональная идеология, ценности, университетское сообщество

#### Введение

В дискуссиях о журналистской школе явно доминирует тема ее взаимоотношений с профессиональной практикой. Так, один из американских экспертов заявляет: «Ключевой вопрос в журналистском образовании по сей день заключается в том, следует ли рассматривать журналистику как ремесло или профессию... Главное различие между этими двумя понятиями заключается в том, что журналистам по умолчанию придается статус и от них ожидают наличия образования... Что касается журналистики как ремесла, то для него потребуется лишь профессиональное обучение...»<sup>1</sup> (Josephi, 2009, p. 47). В свою очередь, российский обозреватель отмечает, что «профессиональное и педагогическое сообщества разделились на два лагеря, не считая нигилистический, отрицающий необходимость профильной университетской подготовки. Первый лагерь убежден, что фундаментальное (теоретическое) образование должно доминировать над практической подготовкой... Второй лагерь считает, что выпускники не приспособлены к реальной работе... Их картина идеального журналистского образования состоит из разбора кейсов, трудовой практики и редких теоретических семинаров» (Малашенко, н. д.).

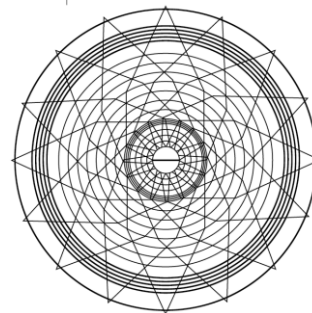
---

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод автора.

## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

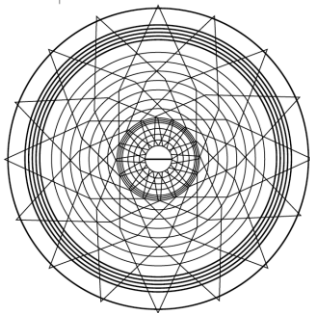
*Академическая культура преподавателя журналистики*



По существу, участники полемики такого рода рассуждают лишь в рамках одной из возможных систем координат, исходя из своего понимания назначения, качественного состояния и кадровых потребностей массово-информационной индустрии. Например, именно так обосновывается заявление о том, что «программы по всему миру используют общие подходы к обучению журналистским ролям: как собирать, проверять, производить и распространять информацию; как оценивать потребности аудитории и как рассказывать истории» (Mensing, 2019, p. 5). Подобную ориентацию на инструментальные навыки демонстрируют авторы учебного пособия для начинающих репортеров: «Журналистика – это прикладная профессия. Задача журналиста – найти новость и изложить ее так, как того требует конкретное интернет-издание, телеканал, радиостанция или газета» (Толоконникова, 2022, с. 8).

В наши задачи не входит критическая оценка утилитарно-прагматических представлений о профессии, равно как и противоположных им установок. Мы хотели бы обратить внимание на то, что возможен взгляд на образование сквозь иную призму, сколь бы странным это ни казалось. Прислушаемся к следующим категоричным утверждениям: «Университет должен дать выпускнику широкую и глубокую гуманитарную базу знаний, без которой журналист не может состояться как настоящий профессионал, научить системно мыслить, привить исследовательскую культуру, уделяя при этом самое серьезное внимание задачам воспитания и личностного развития учащихся» (Воскресенская, 2017, с. 217). Автор данной декларации явно видит студента и выпускника в свете университетских традиций, а не конъюнктурных потребностей индустрии. Как представляется, здесь не отрицается ценность инструментальных навыков, но подчеркивается значимость других компонентов квалификации – тех, которые нарабатываются по мере приобщения к интеллектуальным ресурсам академической школы. Следующий тезис логически несомненен и не требует развернутой аргументации: подготовку такого уровня способен обеспечить преподавательский корпус, обладающий высокой университетской культурой, или культурой академической. Данный угол зрения на журналистское образование имеет право на существование, коль скоро сотрудники для СМИ возвращаются в лоне высшей школы со свойственными ей принципами организации и функционирования.

Академическая культура преподавателя журналистики выступает в качестве основного объекта анализа в нашей статье. В качестве предметов изучения мы рассматриваем ее составляющие и ее взаимосвязи с моделями производственного поведения выпускника журналистской школы. Первоочередной целью при этом является выявление роли академической культуры преподавателя в становлении профессионала медийной отрасли.



## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

*Академическая культура преподавателя журналистики*

### **Академические ценности в журналистском образовании**

Понятие и состав академической культуры не относятся к числу тем, популярных тем исследователей журналистской школы. Поэтому возникает необходимость уточнить, что имеется в виду под данным качеством преподавателя. Надо заметить, что и в специальной педагогической литературе – российской и зарубежной – оно трактуется по-разному, иногда используется как метафора или в узком смысле как отличительная черта того или иного научно-образовательного заведения (Щербакова, 2014, с. 461; Артемьева, 2013, с. 34). Вместе с тем звучат предложения рассматривать академическую культуру в качестве некоего целостного явления, формирующегося в процессе образования и научной деятельности, и даже как идею университета, традиционно объединяющую знание, культуру, науку (Налетова и Прохоров, 2013, с. 138). Этому контексту релевантен ценностный взгляд на университетскую действительность.

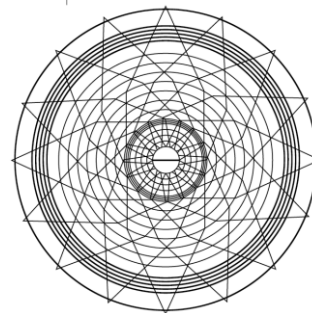
Как определяют исследователи, «специфика университета состоит в том, что он представляет собой профессиональную организацию, в основе деятельности которой лежит система академических ценностей, регулирующих... деятельность ее членов» (Мкртычян и Петрова, 2019, с. 147). К традиционным академическим ценностям принято относить критическое мышление, развитие неприкладной науки, академическую свободу, преданность интересам подлинного знания, академическую автономию, признание научным сообществом, публикации в авторитетных изданиях и т. д. Они ценности не являются специфичными для отдельных наций и регионов или конкретных институтов, а носят универсальный характер (Прохоров, 2010, с. 180). Несомненно, реестр ценностей может быть дополнен или переформулирован другими авторами. Однако вряд ли он изменится в существенных характеристиках, поскольку своим происхождением обязан долгой истории мирового университетского образования.

Нас должно интересовать, до какой степени универсальные нормы и правила жизни распространяются на сотрудников журналистской школы и есть ли вообще основания для такой постановки вопроса. По наблюдениям зарубежных коллег, «включение журналистского образования в университеты никогда в полной мере не одобрялось другими членами академического сообщества. Даже сегодня преподаватели других дисциплин во многих университетах смотрят свысока или отвергают важность программ журналистики и исследовательский вклад преподавателей журналистики» (Picard, 2015, р. 6–7). Есть, однако, и противоположная логика рассуждений. Американские профессора считают, что если задача обучения является слишком узкой и технической, «то возникает вопрос, почему журналистское образование вообще должно существовать в системе

## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

*Академическая культура преподавателя журналистики*

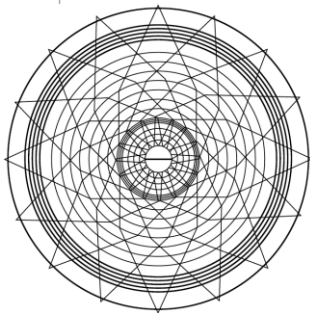


высшего образования... университет принял на себя более значительную роль, стремясь утвердиться в системе liberal arts и гражданской активности; этот подход характеризует “профессиональную” роль, которая нам кажется желательной для преподавателей журналистики» (Reese & Cohen, 2000, p. 214). Речь идет о сознательном стремлении влиться в академическое сообщество на условиях равенства в правах и обязанностях с другими подразделениями.

С организационно-производственной точки зрения для этого есть более чем прочные основания, поскольку ректораты не делают различий между факультетами, определяя параметры кадрового состава, методического обеспечения, трудового распорядка и т. п. И все же самым действенным фактором формирования академической культуры является нацеленная на нее стратегия повседневной деятельности. Углубленные исследования показывают, что для России характерна устойчивая традиция создания и развития научно-образовательных школ журналистики – весьма своеобразного явления, обладающего такими признаками, как устоявшиеся направления научных исследований под руководством известных ученых, стабильные образовательные программы, имеющие учебно-методическое обеспечение (учебники и учебные пособия), значительное число обучающихся, программы аспирантуры и докторантуры, соответствующие научной специальности диссертационные советы, научные журналы и др. (Хубецова, 2018, с. 314). Таким образом, задачи и деятельность школ далеко выходят за рамки трансляции производственных навыков, а перечисленные и иные признаки точно соотносятся с академическими ценностями. В комплексном виде проблематика научно-образовательных школ журналистики отражена в коллективной монографии, подготовленной по результатам международного проекта (Корконосенко, 2021).

Академические ценности, воспринятые на уровне системы образования и учебных заведений, ложатся в основу практики конкретных педагогических коллективов, преломляясь в соответствии со спецификой их деятельности. Так, опираясь на личный опыт, специалисты приходят к заключению, что «феномен научно-педагогической школы в рамках профильной кафедры журналистики составляют единое понимание коллективом целей и принципов подготовки журналистов, взаимосвязь приоритетных научных направлений, методических разработок, системность, преемственность образовательных программ, постоянная публичная и практическая апробация результатов подготовки. Большую роль играют традиции и творческая атмосфера кафедры» (Бережная, 2017, с. 33). Наконец, отдельный преподаватель ощущает себя носителем идеи университета и проводником академической культуры. Оглядываясь на свою практику, педагог с большим стажем пишет: «В системе высшей школы... одной из ценностных доминант





## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

*Академическая культура преподавателя журналистики*

был лично-профессиональный потенциал преподавателя. Под профессиональными качествами понималось не только умение вести лекционные, практические занятия, но и способность увлечь, воодушевить студентов к самостоятельному поиску знаний, открытию новых смыслов, к становлению, развитию своей личности» (Саенкова-Мельницкая, 2023, с. 452).

Из приведенных наблюдений определенно следует вывод о том, что универсальные академические ценности не только не вступают в конфликт с организацией журналистского образования, но и дают ему необходимые ориентиры для качественного роста и для успешной самореализации педагогов. Нельзя не обратить внимание на то, что данные взаимосвязи особенно органичны для отечественной традиции подготовки кадров для СМИ.

### **Академическая культура и профессиональная культура журналиста**

Однако не стоит замыкать анализ в пространстве университета, поскольку это решение было бы недалновидным и бесперспективным с точки зрения подготовки студентов к реальной занятости на производстве. Преподаватель, ставший активным членом вузовской корпорации, в то же время прямо или опосредованно связан с миром журналистики, с ее деловыми интересами и актуальными процессами, профессионально-идеологическими представлениями, этосом и т. д. В противном случае возникает повод упрекнуть образование в оторванности от реалий индустрии. Несколько абстрагируясь от разнообразия конкретных персональных обстоятельств, можно утверждать, что преподаватель обладает двойной идентичностью – академической и журналистской. Соответственно, необходимо выявить те компоненты и стороны академической культуры, которые служат своего рода мостами от нее к производственному поведению выпускников.

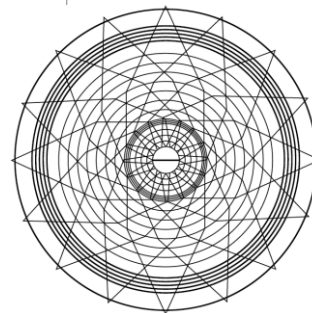
В первую очередь следует назвать интеллектуальное напряжение как атрибут и залог жизнеспособности университетского сообщества. Иное немислимо, если речь идет о науке и высшем образовании. В нормальном случае инерция напряженной умственной деятельности воспринимается учащимися и закрепляется в их профессиональном сознании. С данным качеством неразделимо сопрягается эвристичность мышления, нацеленного на использование нестандартных подходов к решению задач и проблем, на новизну и творчество в работе. Вопреки бытующей апологетике стандартизации и механизации производства, перспективы развития журналистики как раз связаны с их преодолением, а это предполагает способность к критическому анализу. Оценивая передачу части редакционных функций искусственному интеллекту, российская исследовательница считает, что «прерогативой журналистов останутся все сферы, требующие творческого подхода, работы со смыслами, ценностями и эмоциями. В журналистском образовании это



## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

*Академическая культура преподавателя журналистики*

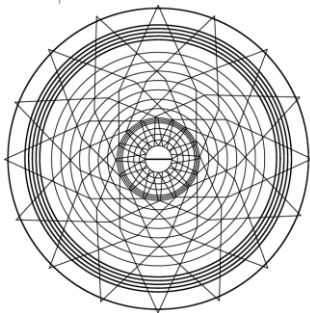


актуализирует задачу подготовки аналитика» (Яблоновская, 2016, с. 107). С этим солидарен и опытный европейский газетчик, пришедший в сферу образования: «Журналисты, которые не умеют плодотворно мыслить, в будущем станут еще более бесполезными людьми, чем они являются сейчас» (Picard, 2015, p. 7).

В развитие сказанного выше назовем еще служение истине, которая является конечной инстанцией научного поиска и в то же время имеет непосредственное отношение к деятельности репортера и публициста. Хотя для журналистики корректным будет использование деонтологической категории правдивости, а не истинности, как в науке, в данном случае нюансами в различении понятий можно пренебречь. В труде журналиста познание детерминировано критерием достоверности фактов, а отражение нацелено на адекватное воспроизведение действительности.

Альтернативой устремленности к правде служит подчинение конъюнктуре, включая корыстные интересы. Приходится считаться с тем, что в высшей школе, как и в медийной индустрии, нарастает давление интересов бизнеса и получает распространение модель предпринимательского университета (Прохоров, 2010, с. 180). В трудах по вопросам методики преподавания появляются соответствующие акценты: «выпускник есть наукоемкий товар с заданными структурно-функциональными качествами (знаниями и навыками). Задача вуза – чтобы этот товар нашел потребителя... Если мы хотим иметь серьезную высшую журналистскую школу, нужно в нынешних рыночных условиях осуществлять и рыночную концепцию ее развития. Ее можно назвать концепцией “маркетинга журналистских кадров”» (Кунгурова, 2017, с. 39). При таком откровенно утилитарном подходе утрачивается смысл разговора о ценностном измерении деятельности и педагога, и журналиста. Пагубные последствия избыточной предпринимательской активности затрагивают, конечно, не только журналистскую школу, но и высшее образование в целом. Как пишут известные представители педагогической науки, «Россия... активно и поспешно приступила к разрушительной модернизации своей системы, путем разрушения преемственности ступеней, коммерциализации, превращающей эту социогуманитарную сферу воспроизводства национального интеллекта в “рынок услуг”, ликвидируя мировоззренческие основания образовательных программ» (Валицкая, 2015, с. 116).

Однако именно в ценностном измерении оправдывают себя попытки выявить актуальную профессиональную идеологию журналистики, а следом за тем – ее корреляцию с профессионально-идеологическими установками преподавательского сословия. Кратко говоря, под профессиональной идеологией принято понимать совокупность представлений о своей сфере деятельности и



## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

*Академическая культура преподавателя журналистики*

цеховой среде. Наличие и значимость этого компонента журналистского сознания не должны вызывать сомнений: достаточно познакомиться с трудами авторитетных исследователей. Дэнис Маккуэйл называл профессиональную идеологию работающей теорией журналистики (McQuail, 2009, p. 56), Клаудиа Мелладо подчеркивает, что «журналистская идеология – это фундаментальный инструмент, который журналисты могут использовать, чтобы отличить себя от профессионалов в других областях» (Mellado, 2021, p. 36). Таким образом, мы возвращаемся к рассмотрению вопроса о профессиональной идентичности под новым углом зрения.

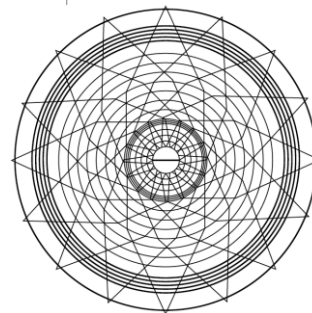
Исследователи идентичности медиапрофессионала подчеркивают постоянное присутствие в ней элементов устойчивости и изменчивости, что открывает возможности для субъективности, свободы действий и индивидуальности (Carpentier, 2009, p. 61). Так проявляет себя подвижность профессиональной идеологии. Педагогическая деятельность призвана откликаться на эту динамику и, если не меняться синхронно с ней, то во всяком случае учитывать момент изменчивости и не оставаться заложником отживших свое воззрений. В известном смысле меняющаяся медийная практика «заказывает» университетскому преподаванию симметричные ей идеологические и ценностные установки. Значит, перед наукой, в частности той, объектом которой является академическая культура, стоит задача изучать ценностные установки преподавателей и журналистской корпорации в их неоднозначной взаимосвязи и взаимовлиянии. Именно поэтому в масштабный межвузовский проект «Профессиональная идеология журналистики», инициированный в СПбГУ, включен раздел, посвященный преподавателям. Члены авторского коллектива обоснованно полагают, что «изучение профессиональной идеологии преподавателя журналистики должно осуществляться не менее интенсивно, чем вопросы его педагогической квалификации или технологической компетентности» (Хубецова, 2023, с. 457).

Уже на предварительном этапе, до детального анализа эмпирического материала, можно сделать предположение о том, какая сторона – изменчивая или стабильная – будет превалировать в идеологии преподавателя. Мощное влияние на образование оказывает наука, имеющая дело с закономерностями, долговременными тенденциями, генерализацией данных на высоком уровне, и это порождает преимущественный интерес к устойчивым понятиям, идеям и картинам мира. По крайней мере, такие подходы заложены в «генотип» высшего образования в России. Примечательно высказывание одного из участников серии экспертных интервью с лидерами журналистского образования в российских вузах: «Американская и скандинавская традиция предлагает разводить практическую журналистику и теорию журналистики. Я думаю, это обедняет зарубежных коллег.

## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

Академическая культура преподавателя журналистики



Чем больше я смотрю на то, что происходит сегодня, тем более я в этом убеждаюсь. Критическое сознание, *critical thinking*, которое нужно журналисту, сформировано фрагментарно и только на уровне прагматики, а не на уровне системного видения мира» (Бережная, Корконосенко, 2021, с. 411).

### **Заключение**

Обращение к теме академической культуры убеждает в том, что она представляет собой перспективное направление исследовательской работы, помогающей решать злободневные вопросы педагогики журналистики. В частности, в этом свете яснее видны проблемы соотношения теоретического и прикладного обучения, квалификации и самоидентификации преподавательских кадров, интеграции журналистского образования в систему университета и др. На наш взгляд, практическую значимость имеют положения о двойной идентичности преподавателя, включенного одновременно в академическую корпорацию и массово-информационную среду, о взаимопроникновении вузовской и индустриальной профессиональных идеологий, о балансе изменчивости и стабильности в ценностных ориентациях и др. Важно, однако, не ограничиваясь констатациями, целенаправленно строить образовательную и воспитательную стратегию с учетом доминант университетской академической культуры.

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

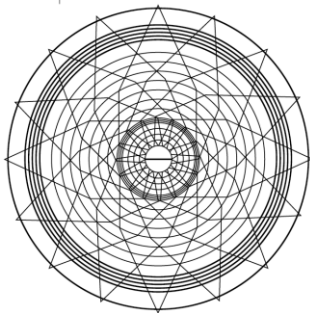
Артемьева, Т. В. (2013). Академическая культура как теоретическая проблема и практическая задача. *UNIVERSUM: Вестник Герценовского университета*, (1), 34–36. [https://lib.herzen.spb.ru/media/magazines/contents/2/2013\\_1/artemieva\\_1\\_13\\_34\\_36.pdf](https://lib.herzen.spb.ru/media/magazines/contents/2/2013_1/artemieva_1_13_34_36.pdf)

Бережная, М. А. (2017). Научно-педагогическая школа в профильной подготовке журналиста: опыт кафедры телерадиожурналистики СПбГУ. *Век информации*, (3), 28–34. [https://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1506410762\\_5671.pdf](https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1506410762_5671.pdf)

Бережная, М. А., Корконосенко, С. Г. (2021). Школы журналистики в России: опыт профессиональной экспертизы. *Вопросы теории и практики журналистики*, 10(3), 404–421. [https://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1506410762\\_5671.pdf](https://jf.spbu.ru/upload/files/file_1506410762_5671.pdf)

Валицкая, А. П. (2015). «Время собирать камни»: к современной парадигме образования. *Общество. Среда. Развитие*, (2), 113–117. [https://www.terrahumana.ru/arhiv/15\\_02/15\\_02\\_20.pdf](https://www.terrahumana.ru/arhiv/15_02/15_02_20.pdf)

Воскресенская, М. А. (2017). Образовательный потенциал журналиста как фундамент его профессиональной идеологии. *Век информации*, (1), 211–218. [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28842466\\_24759805.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28842466_24759805.pdf)



## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

Академическая культура преподавателя журналистики

Корконосенко, С. Г. (2021). (ред.), Научно-педагогические школы журналистики в России. Алетейя.

Кунгурова, О. Г. (2017). Разработка и преподавание журналистских дисциплин в вузе: учебное пособие. Костанайский гос. ун-т им. А. Байтурсынова. [https://ksu.edu.kz/files/TB/book/gsf/ump\\_zhurn\\_discipliny.pdf](https://ksu.edu.kz/files/TB/book/gsf/ump_zhurn_discipliny.pdf)

Малашенко, Н. (н. д.). Статья четвертой властью: как и чему учат будущих журналистов в России и США. Forbes Russia Education. <https://education.forbes.ru/authors/zurnalistskoe-obrazovanie>

Мкртычян, Г. А., Петрова, О. В. (2019). Сопротивления преподавателей изменениям: анализ причин и факторов. Университетское управление: практика и анализ, 23(4), 142–150. <https://doi.org/10.15826/umpa.2019.04.035>

Налетова, И. В., Прохоров, А. В. (2013). Академическая культура как идея университета. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, 12-1(38), 137–141. [https://www.gramota.net/articles/issn\\_1997-292X\\_2013\\_12-1\\_31.pdf](https://www.gramota.net/articles/issn_1997-292X_2013_12-1_31.pdf)

Прохоров, А. В. (2010). Соотношение корпоративной и академической культур в современном университете. Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки, 10(90), 179–184. <https://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-korporativnoy-i-akademicheskoy-kultur-v-sovremennom-universitete>

Саенкова-Мельницкая, Л. П. (2023). Преподаватель журфака: трансформация статуса. В Е. Л. Вартанова (ред.), Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов международной научно-практической конференции (с. 451–452). Факультет журналистики МГУ. <https://clck.ru/34rkER>

Толоконникова, А. В. (2022). (ред.) Журналистика и медиа: учебное пособие по специальному курсу. Факультет журналистики МГУ. [https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch\\_pos/Zhurnalistika\\_i\\_media.pdf](https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch_pos/Zhurnalistika_i_media.pdf)

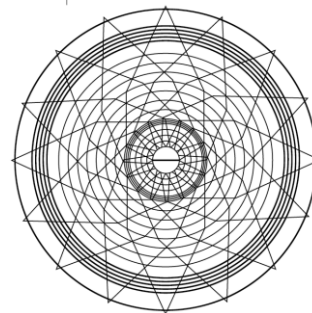
Хубецова, З. Ф. (2018). Российские научно-образовательные школы журналистики как часть мирового научного и образовательного процесса. Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература, 15(2), 312–326. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu09.2018.213>

Хубецова, З. Ф. (2023). Методика исследования профессиональной идеологии преподавателя журналистики (на примере стран СНГ). В Е. Л. Вартанова (ред.), Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: сборник материалов международной научно-практической конференции (с. 457–458). Факультет журналистики МГУ. <https://clck.ru/34rkER>

## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

Академическая культура преподавателя журналистики



Щербакова, И. О. (2014). Академическая культура и ее место в академическом развитии личности в современном образовательном пространстве. В И. Ю. Щемелева (науч. ред.) Номо Loquens: Актуальные вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков, вып. 6 (с. 461–471). Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург.

<https://publications.hse.ru/chapters/144411502>

Яблоновская, Н. В. (2016). Подготовка аналитика для массмедиа как ответ на информационно-коммуникационные вызовы XXI в. В О. Е. Коханая (ред.), Высшее образование для XXI века: XIII Международная научная конференция. Москва, 8–10 декабря 2016 г.: Доклады и материалы. Круглый стол. Профессиональная подготовка в сфере масс-медиа. Ч. 1 (с. 103–108). Издательство Московского гуманитарного университета.

[https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28161881\\_39826180.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28161881_39826180.pdf)

Carpentier, N. (2009). Identity, contingency and rigidity. The (counter-)hegemonic constructions of the identity of the media professional. In N. Carpentier, P. Pruulmann-Vengerfeldt, R. Kilborn, T. Olsson, H. Nieminen, E. Sundin and K. Nordenstreng (Eds.), Communicative approaches to politics and ethics in Europe: The intellectual work of the 2009 ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School (pp. 61–82). Tartu University Press. [http://www.researchingcommunication.eu/reco\\_book5.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/reco_book5.pdf)

Josephi, B. (2009). Journalism education. In K. Wahl-Jorgensen, Th. Hanitzsch (Eds.), The handbook of journalism studies (pp. 42–56). Routledge.

<http://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/Handbook-of-Journalism-Studies.pdf>

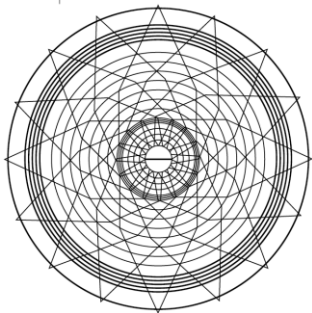
McQuail, D. (2009). Diversity and convergence in communication science: The idea of ‘national schools’ in the European Area. In N. Carpentier, P. Pruulmann-Vengerfeldt, R. Kilborn, T. Olsson, H. Nieminen, E. Sundin and K. Nordenstreng (Eds.), Communicative approaches to politics and ethics in Europe: The intellectual work of the 2009 ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School (pp. 281–292). Tartu University Press. [http://www.researchingcommunication.eu/reco\\_book5.pdf](http://www.researchingcommunication.eu/reco_book5.pdf)

Mellado, C. (2021). Theorizing journalistic roles. In C. Mellado (Ed.), Beyond journalistic norms: Role performance and news in comparative perspective (pp. 22–44). Routledge.

<https://www.routledge.com/Beyond-Journalistic-Norms-Role-Performance-and-News-in-Comparative-Perspective/Mellado/p/book/9780367561291>

Mensing, D. (2019). College and university journalism education. In T. P. Vos, F. Hanusch (Eds.), The international encyclopedia of journalism studies (pp. 1–10). Hoboken.

<https://doi.org/10.1002/9781118841570.IEJS0006>



## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

*Академическая культура преподавателя журналистики*

Picard, R. G. (2015). Deficient tutelage: Challenges of contemporary journalism education. In G. Allen, S. Craft, Ch. Waddell, M. L. Young (Eds.), *Toward 2020: New directions in journalism education* (pp. 4–10). Ryerson Journalism Research Centre. [https://oaresource.library.carleton.ca/Toward\\_2020\\_new\\_directions\\_in\\_journalism\\_education\\_.pdf](https://oaresource.library.carleton.ca/Toward_2020_new_directions_in_journalism_education_.pdf)

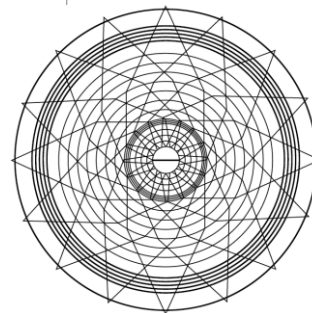
Reese, S. D., Cohen, J. (2000). Educating for journalism: The professionalism of scholarship. *Journalism Studies*, 1(2), 213–227. <https://journalism.utexas.edu/sites/default/files/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/reese-cohen-2000.pdf>



## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

Академическая культура преподавателя журналистики



## ACADEMIC CULTURE OF A JOURNALISM TEACHER

**Korkonosenko S. P.**

Doctor of Political Science

Professor at the Saint Petersburg State University

(Saint Petersburg, Russia)

[s.korkonosenko@spbu.ru](mailto:s.korkonosenko@spbu.ru)

### **Abstract:**

The article considers academic culture as an attribute of journalistic education and the qualification characteristic of a teacher. In this context, the author raises questions on the professional ideology and identity of the teacher, his simultaneous involvement in the media industry and the university environment.

**Keywords:** journalistic education, academic culture, professional ideology, values, university community

## REFERENCES

Artem'eva, T. V. (2013). Akademicheskaya kul'tura kak teoreticheskaya problema i prakticheskaya zadacha. *UNIVERSUM: Vestnik Gercenovskogo universiteta*, 1, 34–36.

<https://cyberleninka.ru/article/n/akademicheskaya-kultura-kak-teoreticheskaya-problema-i-prakticheskaya-zadacha>

Berezhnaya, M. A. (2017). Nauchno-pedagogicheskaya shkola v profil'noj podgotovke zhurnalista: opyt kafedry teleradiozhurnalistiki SPbGU. *Vek informacii*, 3, 28–34.

[https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_32260043\\_78356606.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32260043_78356606.pdf)

Berezhnaya, M. A., Korkonosenko S. G. (2021). Shkoly zhurnalistiki v Rossii: opyt professional'noj ekspertizy. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 10(3), 404–421.

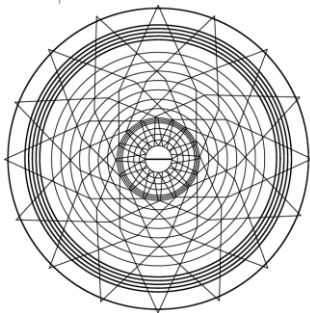
<https://elibrary.ru/item.asp?id=47095769>

Carpentier N. (2009). Identity, contingency and rigidity. The (counter-)hegemonic constructions of the identity of the media professional. In N. Carpentier, P. Pruilmann-Vengerfeldt, R. Kilborn [et. al.]. (Eds.), *Communicative approaches to politics and ethics in Europe: The intellectual work of the 2009 ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School* (pp. 61–82). Tartu University Press.

<https://clck.ru/34rmuf>

Josephi, B. (2009). Journalism education. In K. Wahl-Jorgensen, Th. Hanitzsch (Eds.). *The handbook of journalism studies* (pp. 42–56). Routledge.

<http://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/Handbook-of-Journalism-Studies.pdf>



## [Научные статьи]

Корконосенко В. П.

Академическая культура преподавателя журналистики

Khubetcova, Z. F. (2023). Metodika issledovaniya professional'noj ideologii prepodavatelya zhurnalistiki (na primere stran SNG). In E. L. Vartanova (Ed.), *Zhurnalistika v 2022 godu: tvorchestvo, professiya, industriya: sbornik materialov mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* (pp. 457–458). Fakul'tet zhurnalistiki MGU. <https://clck.ru/34rkER>

Khubetcova, Z. F. (2018). Rossijskie nauchno-obrazovatel'nye shkoly zhurnalistiki kak chast' mirovogo nauchnogo i obrazovatel'nogo processa. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura*, 15(2), 312–326. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu09.2018.213>

Korkonosenko, S. G. (2021). (Ed.). *Nauchno-pedagogicheskie shkoly zhurnalistiki v Rossii*. Aletejya.

Kungurova, O. G. (2017). *Razrabotka i prepodavanie zhurnalisticheskikh disciplin v vuze: uchebnoe posobie*. Kostanajskij gos. universitet imeni A. Bajtursynova. [https://ksu.edu.kz/files/TB/book/gsf/ump\\_zhurn\\_discipliny.pdf](https://ksu.edu.kz/files/TB/book/gsf/ump_zhurn_discipliny.pdf)

Malashenko, N. (n.d.). Stat' chetvertoj vlast'yu: kak i chemu uchat budushchih zhurnalistov v Rossii i SSHA. *Forbes Russia Education*. <https://education.forbes.ru/authors/zurnalistikoe-obrazovanie>

McQuail, D. (2009). Diversity and convergence in communication science: The idea of 'national schools' in the European Area. In N. Carpentier, P. Pruulmann-Vengerfeldt, R. Kilborn [et. al.]. (Eds.), *Communicative approaches to politics and ethics in Europe: The intellectual work of the 2009 ECREA European Media and Communication Doctoral Summer School* (pp. 281–292). Tartu University Press. <https://clck.ru/34rmuf>

Mellado, C. (2021). Theorizing journalistic roles. In C. Mellado (Ed.), *Beyond journalistic norms: Role performance and news in comparative perspective* (pp. 22–44). Routledge. <https://www.routledge.com/Beyond-Journalistic-Norms-Role-Performance-and-News-in-Comparative-Perspective/Mellado/p/book/9780367561291>

Mensing, D. (2019). College and university journalism education. In T. P. Vos, F. Hanusch (Eds.), *The international encyclopedia of journalism studies* (pp. 1–10). Hoboken. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118841570.iejs0006>

Mkrtychyan, G. A., Petrova, O. V. (2019). Soprotivleniya prepodavatelej izmeneniyam: analiz prichin i faktorov. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 23(4), 142–150. <https://www.umj.ru/jour/article/view/1083>

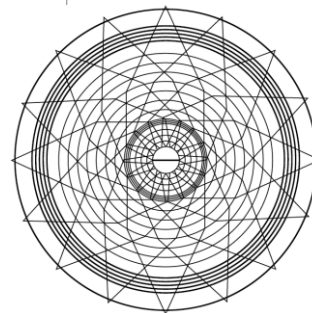
Naletova, I. V., Prohorov, A. V. (2013). Akademicheskaya kul'tura kak ideya universiteta. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki*, 12-1(38), 137–141. <https://www.gramota.net/materials/3/2013/12-1/31.html>



## [Научные статьи]

Корконосенко С. Г.

Академическая культура преподавателя журналистики



Picard, R. G. (2015). Deficient tutelage: Challenges of contemporary journalism education. In G. Allen, S. Craft, Ch. Waddell, M. L. Young (Eds.), *Toward 2020: New directions in journalism education* (pp. 4–10). Ryerson Journalism Research Centre. [https://oaresource.library.carleton.ca/Toward\\_2020\\_new\\_directions\\_in\\_journalism\\_education\\_.pdf](https://oaresource.library.carleton.ca/Toward_2020_new_directions_in_journalism_education_.pdf)

Prohorov, A. V. (2010). Sootnoshenie korporativnoj i akademicheskoy kul'tur v sovremennom universitete. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 10(90), 179–184. <https://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-korporativnoj-i-akademicheskoy-kulturn-v-sovremennom-universitete>

Reese, S. D., Cohen, J. (2000). Educating for journalism: The professionalism of scholarship. *Journalism Studies*, 1(2), 213–227. <https://journalism.utexas.edu/sites/default/files/sites/journalism.utexas.edu/files/attachments/reese/reese-cohen-2000.pdf>

Saenkova-Mel'nickaya, L. P. (2023). Prepodavatel' zhurfaka: transformaciya statusa. In E. L. Vartanova (Ed.), *Zhurnalistika v 2022 godu: tvorchestvo, professiya, industriya: sbornik materialov mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* (pp. 451–452). Fakul'tet zhurnalistiki MGU. <https://clck.ru/34rkER>

Shcherbakova, I. O. (2014). Akademicheskaya kul'tura i ee mesto v akademicheskom razvitii lichnosti v sovremennom obrazovatel'nom prostranstve. In I. Yu. Shchemeleva (Ed.), *Homo Loquens: Aktual'nye voprosy lingvistiki i metodiki prepodavaniya inostrannyh yazykov*, is. 6 (pp. 461–471). Otdel operativnoj poligrafii NIU VSHE – Sankt-Peterburg. <https://publications.hse.ru/chapters/144411502>

Tolokonnikova, A. V. (2022). (Ed.) *Zhurnalistika i media: uchebnoe posobie. po special'nomu kursu*. Fakul'tet zhurnalistiki MGU. [https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch\\_pos/Zhurnalistika\\_i\\_media.pdf](https://profil.mos.ru/media/images/documents/uch_pos/Zhurnalistika_i_media.pdf)

Valickaya, A. P. (2015). “Vremya sobirat' kamni”: k sovremennoj paradigme obrazovaniya. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*, 2, 113–117. [https://www.terrahumana.ru/arhiv/15\\_02/15\\_02\\_20.pdf](https://www.terrahumana.ru/arhiv/15_02/15_02_20.pdf)

Voskresenskaya, M. A. (2017). Obrazovatel'nyj potencial zhurnalista kak fundament ego professional'noj ideologii. *Vek informacii*, 1, 211–218. [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28842466\\_24759805.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28842466_24759805.pdf)

Yablonovskaya, N. V. (2016). Podgotovka analitika dlya massmedia kak otvet na informacionno-kommunikacionnye vyzovy XXI v. In O. E. Kohanaya (Ed.), *Vysshee obrazovanie dlya XXI veka: XIII Mezhdunarodnaya nauchnaya konferenciya. Moskva, 8–10 dekabrya 2016 goda: Doklady i materialy. Kruglyj stol. Professional'naya podgotovka v sfere mass-media*. P. 1 (pp. 103–108). Izdatel'stvo Moskovskogo gumanitarnogo universiteta. [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_28161881\\_39826180.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_28161881_39826180.pdf)



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

# ТИПЫ РАЗНОГЛАСИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ОНЛАЙН-РАЗГОВОРЕ НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА АМЕРИКАНСКИХ ОБСУЖДЕНИЙ ВТОРОГО ИМПИЧМЕНТА Д. ТРАМПА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

### **Волковский Д. В.**

аспирант программы «Политические институты, процессы и технологии»  
Национального исследовательского университета  
«Высшая школа экономики»  
(Москва, Россия)

инженер Центра технологий электронного  
правительства Института дизайна и урбанистики  
Национального исследовательского университета  
ИТМО  
(Санкт-Петербург, Россия)

научный сотрудник  
Санкт-Петербургского государственного  
университета  
(Санкт-Петербург, Россия)  
[dvolkovskiy@hse.ru](mailto:dvolkovskiy@hse.ru)

### **Аннотация:**

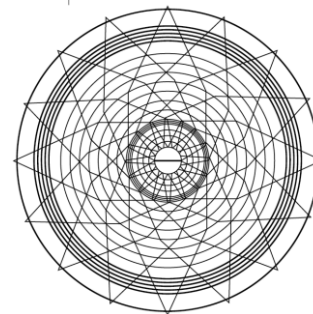
В данной работе автор анализирует разногласия между участниками политических онлайн-дискуссий и их типов на примере обсуждений о втором импичменте Д. Трампа в социальной сети Facebook<sup>1</sup>. Для этого используется контент-анализ (Neuendorf, 2002), позволяющий исследовать позиции граждан, их интерактивность, разногласие, его типы в категориях аргументации и (не)цивилизованности. Эмпирический материал представлен четырьмя онлайн-обсуждениями четырёх американских СМИ, разделенных по политической принадлежности к партии: либеральные и консервативные. Статья вносит эмпирический и методологический вклад в делиберативные исследования и требует переосмысления делиберативной теории Ю. Хабермаса, обращая внимание на практическое содержание делиберации и проблему несогласия в политической дискуссии. В работе делаются выводы о том, что 1) разногласия в американских онлайн-дискуссиях на примере второго импичмента Д. Трампа есть, но их число невелико; 2) их можно охарактеризовать преимущественно как цивилизованные и обоснованные, чем нецивилизованные и

<sup>1</sup> Деятельность социальной сети признана экстремистской и запрещена на территории РФ, данные используются в исследовательских целях и не направлены на одобрение экстремистской деятельности.

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



необоснованные; 3) общий консенсус по обсуждаемой проблеме гражданами не достигается.

**Ключевые слова:** политический онлайн-разговор, социальные сети, разногласие, Трамп, США

### Введение

В современной политической коммуникативистике наблюдается растущее количество коммуникационных практик между гражданами, гражданскими институтами, СМИ и властями (Chambers, 1996; Dryzek, 2000; Habermas, 2006; Wessler, 2018) по социально-политическим вопросам в онлайн-среде (Warren, 2009). Обладая огромным потенциалом и гибкостью для многостороннего обмена информацией, интернет способствует интенсивному взаимодействию между людьми. Предполагается, что политические онлайн-обсуждения лежат в основе гражданской культуры, поскольку благодаря им граждане узнают о мнениях других, обнаруживают и обсуждают текущие политические проблемы, тестируют новые идеи, развивают и уточняют свои предпочтения (Graham, 2015). Под политическим (онлайн-) разговором понимается процесс публичной (часто неструктурированной) (онлайн-) коммуникации, где граждане обмениваются информацией, своими мнениями о текущих событиях, проблемах, связанных, с публичной политикой, властью и её действиями.

Сегодня одним из ключевых институтов публичной сферы выступают масс-медиа, поскольку, выполняя функцию привратника, они определяют, какие вопросы повестки дня войдут в публичную сферу и сформируют её (Schulz, 1997). В последнее десятилетие возможности СМИ для охвата аудитории возросли благодаря социальным сетям. Социальные медиа, такие как Facebook, YouTube или ВКонтакте, могут выступать катализатором онлайн-делиберации (Halpern и Gibbs, 2013), побуждать онлайн-пользователей вести политический разговор в более делиберативном ключе (Savin, 2019), а также предоставлять огромный доступ к разнородной информации, которая в результате может приводить к политическим разногласиям между людьми (Maia и др., 2020). Одни граждане могут приветствовать разнородные дискуссии и быть открытыми к новым знаниям и мнениям, в то время как другие могут воздерживаться от этих дебатов и стать более привязанными к своим собственным позициям. Одни исследования показывают, что знакомство с противоречивыми взглядами может повысить политические знания людей и их готовность участвовать в общественных дискуссиях (Eveland, 2004), способствовать размышлению о собственных убеждениях и продвижению вежливости (Heatherly, Lu и Lee, 2017), в то время как другие исследования демонстрируют, что несогласие способствует усилению политической поляризации (Weeks и др., 2017), меньшему политическому участию граждан в онлайн-обсуждениях (Hyun, 2018) или же вовсе лишает граждан мотивации политического участия в них (Lu, Heatherly и Lee, 2016), а также не всегда стимулирует участников использовать аргументацию для защиты



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

собственной позиции (Maia, Hauber, Choucair и Crepalde, 2021). Кроме того, некоторые работы, учитывающие особенности сети, не выявили существенной связи между подверженностью политическим разногласиям и избеганием споров (Campbell, 2013), хотя есть труды, в которых подтверждается, что избежание разногласий может помочь гражданам оставаться быть вовлеченными и информированными (Dubois и Szwarc, 2018).

В российском академическом дискурсе практически не представлено эмпирических работ по изучению несогласия в онлайн-дискуссиях на социально-политические проблемы с точки зрения политических коммуникаций. Несогласие обычно анализируется как один из параметров качества делиберативного обсуждения (Savin, 2019) или в контексте влияния социальных медиа на политическое поведение участников (Bodrunova, 2021), однако отдельных и сфокусированных работ на эту тему пока что не представлено. Для исследования разногласия и его характера в политическом онлайн-разговоре выбран типичный кейс, связанный со вторым импичментом Д. Трампа. Ограничением в изучении данного кейса является количество проанализированных платформ и дискуссий, поскольку делиберативный процесс вокруг выбранной повестки дня намного шире – охватывает больше интернет-площадок, которые могут иметь свои особенности влияния на процессы разногласия между гражданами. Тем не менее, цель работы заключается в анализе типов разногласия между участниками политического онлайн-разговора на примере обсуждений о втором импичменте Д. Трампа на Facebook. Соответственно, в качестве задач можно обозначить 1) поиск методологического подхода для анализа разногласия и его характера; 2) анализ онлайн-дискуссий о втором импичменте Д. Трампа на предмет наличия/отсутствия разногласия между участниками; 3) анализ типов и характера разногласия в категориях (не)цивилизованности и аргументации (обоснования).

Исследовательский вопрос: какой тип разногласия с точки зрения аргументации и (не)цивилизованности преобладает в политическом онлайн-разговоре на примере обсуждений о втором импичменте Д. Трампа на Facebook?

Гипотеза: в политическом онлайн-разговоре на примере обсуждений о втором импичменте Д. Трампа на страницах американских медиа в Facebook встречается больше цивилизованных и обоснованных выражений несогласия, чем нецивилизованных и необоснованных.

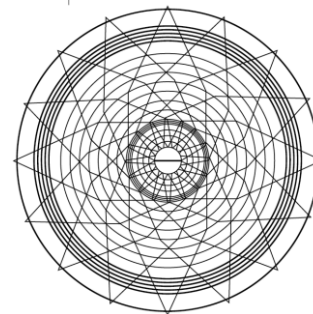
### **Концепция делиберативной демократии и понятие (онлайн-) делиберации**

Делиберативная теория Юргена Хабермаса представляется важным базисом во многих делиберативных исследованиях, поскольку модель демократии немецкого философа основана на различных формах коммуникации, непрерывном и максимально широком политическом дискурсе в обществе, результаты которого детерминируются силой аргументов (Habermas, 1996). Концепция делиберативной демократии Ю. Хабермаса относится к нормативному направлению в теории демократии, сочетающему философский, социально-политический и коммуникативный подходы. Она подразумевает, что в ходе

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*

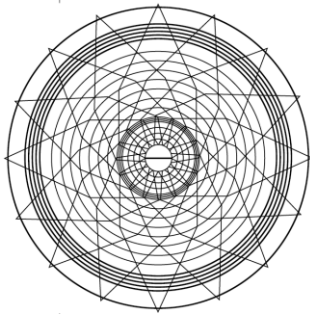


коллективных размышлений гражданами идентифицируются и раскрываются аутентичные проблемы социума, определяются направления их решения, оптимальные пути достижения целей.

Одним из основных моментов, связанных с концепцией делиберативной демократии, является идея о том, что общество должно постоянно развиваться в процессе обсуждения. Постоянная самокритика традиций сообщества и самого общества в процессе делиберации подталкивает государство к поиску новых путей эволюции (Линде, 2022). Делиберативная демократия также подразумевает рационализацию гражданского общества, повышение его уровня осведомленности, способность делать политические суждения и гражданский диалог как основу социального развития. В делиберативной демократии фундаментальной основой для ее понимания и функционирования является то, что процессы выработки государственной политики находятся под влиянием общественного мнения, которое формируется в условиях всеобщего, рационального и хорошо аргументированного обсуждения.

Обращаясь к понятию делиберации, исследователи отмечают, что единого определения не существует (Friess, 2015), но большинство из них уверены, что граждане, участвующие в процессе обсуждения, должны принимать политические решения в поддержку или опровержение определенных предложений на основе аргументов, которые, в свою очередь, являются рефлексорами потребностей и моральных принципов индивидов (Gutmann & Thompson, 1996; Habermas, 1984). В словаре «Мерриам-Вебстер» дается следующий перевод термина «deliberation»: «дискуссия или обсуждение группой лиц (таких, как жюри или законодательное собрание) аргументов за или против какого-либо действия» (Merriam-Webster, н.д.). В русском языке понятие «делиберация» нельзя отнести к очередному терминологическому заимствованию последних лет, так как оно присутствует в «Словаре русского языка XVIII века», в котором буквально истолковывается как «рассуждение, обсуждение» (Словарь русского языка XVIII в., 1991). Современные учёные отмечают, что данный термин пришел из области римского права и сближается по смыслу с такими понятиями, как «размышлять», «советоваться», «взвешивать за и против», «проводить консультации» (Российский государственный гуманитарный университет, 2011).

В данной статье делиберация понимается как процесс публичного, взаимного, целенаправленного, аргументированного, рационального, уважительного и равноправного обсуждения между гражданами с преобладанием диалогической формы общения, направленного на решение общих проблем и достижение консенсуса (Volkovskii и Filatova, 2021). Под онлайн-делиберацией, следовательно, понимается делиберация на различных интернет-площадках с использованием электронных инструментов коммуникации. С одной стороны, определение носит теоретический характер, поскольку заявленные характеристики в реальной делиберативной практике не представлены полностью. С другой стороны, дефиниция наделена прагматическим смыслом, так как были проведены эмпирические исследования, позволяющие дать такое определение делиберации



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

(Volkovskii, 2021; Volkovskii и Filatova, 2022). Более свежее определение электронной делиберации подразумевает процесс онлайн-обсуждения, который использует интернет для определения общественного мнения по одному или нескольким конкретным вопросам, поддержания и усиления обсуждения среди граждан, а также формирования согласия среди них (Fitsilis, 2022).

### **Изучение проблемы разногласия граждан в политическом онлайн-разговоре**

Область делиберативных онлайн-практик стала одной из центральных исследовательских повесток дня, охватывающих множество направлений и подходов. Одним из популярных направлений исследований является изучение неформальных политических (онлайн-) разговоров через призму делиберативных идеалов. На практике требуемый делиберативный критерий редко может быть найден в политических обсуждениях, даже в тех, что проводятся на формальных и структурированных форумах, предназначенных для стимулирования политических разговоров (Habermas, 1996; Parkinson и Mansbridge, 2012; Steiner, 2012; Steiner и др., 2017). Однако недостаток делиберативного качества не является веским основанием для того, чтобы считать политический разговор бессмысленным или же не видеть в нём позитивных результатов. Как показывают исследования (Bennett и др., 2000; Coleman и Blumler, 2009; Conover и др., 2001; Eveland, 2004; Kim и др., 1999; McClurg, 2003; Monnoyer-Smith, 2006; Price и Cappella, 2002), неформальный политический разговор между гражданами способствует росту их уровня знаний о политике, более активному вовлечению в политическую жизнь социума, изменению их предпочтений, достижению взаимопонимания в вопросах касательно социально-политических проблем и их решения.

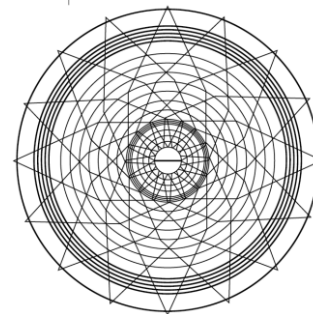
В чём различие между делиберацией и повседневными политическими разговорами? Для многих учёных делиберация является нормативной концепцией, которая руководствуется принципом рациональности, основанным на наборе норм и правил, ориентированных на общее благо и достижение рационально мотивированного консенсуса (Graham, 2015). Однако такого рода обсуждения кажутся неуместными для повседневных коммуникативных пространств публичной сферы, поскольку они не организованы для формальных целей. В результате политические разговоры, возникающие в этих пространствах, носят неформальный, часто спонтанный и неструктурированный характер. В отличие от делиберации в государственных органах, принимающих решения, повседневные политические разговоры не обязательно ведут к прямому действию и направлены на принятие решений (Mansbridge, 1999).

В теории делиберативной демократии говорится об идеальной речевой ситуации, при которой все участники стремятся достичь взаимопонимания и прийти к рациональному консенсусу. Однако на практике участники делиберативного процесса часто могут не соглашаться с мнениями и аргументами друг друга, вступать в открытую конфронтацию, не меняя своей позиции и активно настаивая на ней, что позволяет рассматривать разногласие и как условие, и как вызов для политического разговора (Esterling, Fung и Lee, 2015), особенно если оно

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*

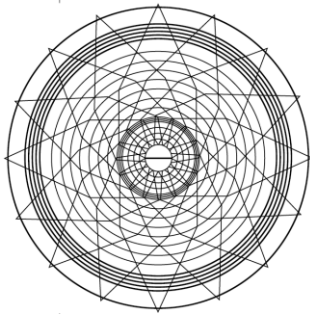


подкрепляется языком ненависти и нетолерантными высказываниями в адрес конкретной личности или всего народа. В зарубежной литературе по политической коммуникации и де-libерации были изучены формы выражения согласия и несогласия (Huckfeldt, Johnson и Sprague, 2004; Mutz, 2002, 2006; Wojcieszak и Mutz, 2009; Wojcieszak и Price, 2010). Некоторые исследования были посвящены выявлению влияния разногласий/согласий на поиск информации, изменение отношения и различные виды гражданской практики и политического участия (Esterling, Fung и Lee, 2015; Hong и Rojas, 2016; Klofstad, Sokhey и McClurg, 2012). Имеются исследования, которые сосредоточены на определении частоты и интенсивности разногласий (Lee, Kwak и Campbell, 2015; Strickler, 2018; Wojcieszak и Price, 2010), контрасте между воспринимаемыми и фактически выраженными разногласиями во время дискуссий (Stromer-Galley, Bryant и Bimber, 2015; Wojcieszak и Price, 2012), типах согласия и несогласия с точки зрения аргументации, (не)цивилизованной, (не)толерантной культуры коммуникации (Rossini и Maia, 2020), корреляции несогласия и аргументации, т.е. какой тип несогласия способствует большему или меньшему обоснованию мнения (Maia и др., 2021), а также форм/тактик выражений разногласия (Fischer и др., 2021).

### **Эмпирический материал и методика исследования**

Эмпирическим материалом для анализа стали обсуждения на тему второго импичмента Дональда Трампа в связи с его попыткой захвата Капитолия 6 января 2021 года на страницах медиаресурсов в Facebook. Дональд Трамп призывал своих сторонников приехать на митинг «Марш за спасение Америки» («March to Save America») в Вашингтон, округ Колумбия, 6 января, в день, когда Конгресс подсчитывал голоса выборщиков. На митинге Трамп и другие ораторы повторили ложные утверждения о том, что выборы были украдены, и предположили, что его сторонники имеют право помешать избранному президенту Джо Байдену. Второй импичмент Дональду Трампу, 45-му президенту США, обсуждался 13 января 2021 года, за неделю до истечения срока его полномочий, однако импичмент не состоялся. Сенат проголосовал против импичмента 57 голосами за и 43 голосами против. Для успешного импичмента требовалось как минимум 67 голосов «За».

Эта тема вызвала сильную поляризацию мнений, а также их столкновение, что привело к разногласиям и их различным типам выражения в онлайн-обсуждениях. Страницы Facebook ведущих печатных и телевизионных американских СМИ были взяты в качестве источников данных, поскольку там велись активные дискуссии с точки зрения взаимодействия пользователей, выражения ими позиций, количества комментариев, аргументации. Чтобы провести четкую выборку, СМИ были дифференцированы в соответствии с их политической принадлежностью к двум ведущим партиям. В результате четыре медиаисточника были отобраны. Первая группа представлена консервативными Washington Times и Fox News, вторая – либеральными New York Times и MSNBC. Новости о втором импичменте Д. Трампа были опубликованы 13-14 января 2021 года, поэтому учитывались только комментарии, сделанные за этот промежуток времени. Всего было



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

проанализировано 2343 комментария (см. Таблицу 1). Материалы для обсуждения были собраны в период с 1 по 3 февраля 2021 года с использованием парсинга. Самостоятельно были найдены и отобраны обсуждения на страницах американских медиа в Facebook, затем скопированы ссылки постов, где размещались текст новости и комментарии под ним. Программисты загрузили исходные HTML-коды с указанных веб-ресурсов, извлекли и обработали данные, сохранив их в электронные таблицы Excel. При кодировании обсуждений в Excel были внесены следующие данные: идентификатор автора, ссылка на автора, имя и фамилия автора, пол автора, ссылка на изображение автора, ссылка на комментарий, дата и время комментария, текст комментария и количество лайков к комментарию. Традиционно под лайком (знак «нравится») понимается показатель социального одобрения, положительного эмоционального реагирования пользователя на контент, однако эволюция социальных сетей породила многообразные способы выражения реакций людей в виде эмодзи, которые могут указывать как на позитивные, так и на отрицательные эмоции человека в зависимости от конкретно поставленного им знака под постом или комментарием. В данной работе не анализировалась корреляция между постом/комментарием пользователя и количеством лайков, а также конкретный язык эмодзи, хотя это тема может лечь в основание отдельных исследований по политическим коммуникациям и политической психологии.

**Таблица 1.**

Онлайн-обсуждения второго импичмента Д. Трампа на страницах американских СМИ в Facebook

Медиа	Либеральные		Консервативные	
	MSNBC	The New York Times	The Washington Times	Fox News
Название поста	As House votes to impeach him, Trump's focus shifts to brand rehabilitation	Impeached, Again	Impeachment trial won't begin until after Trump leaves office	House meets to debate article of impeachment against President Donald Trump
Время поста	14.01.2021 (3:12)	14.01.2021 (16:50)	13.01.2021 (22:15)	13.01.2021
N лайков	1100	4800	427	7100
N репостов	3	81	33	0
N комментариев	504	654	281	904

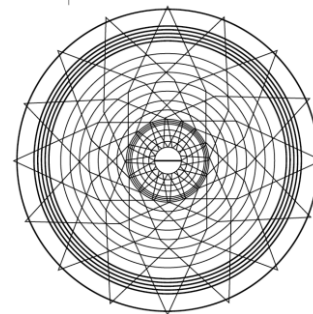
Для достижения цели исследования использовался контент-анализ (Neuendorf, 2002) со схемой кодирования, заимствованной из исследований предшественников (Stromer-Galley, 2007). Комментарии были закодированы в соответствии с такими категориями, как выражение мнения, интерактивность, несогласие, (не)цивилизованность.



## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*

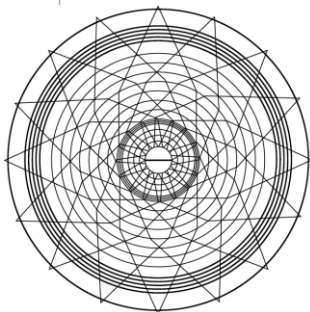


Мнение – это выражение убеждений индивида о том, каков мир. Всего использовалось два значения: 0 – за Д. Трампа и против его второго импичмента, 1 – против Д. Трампа и за его второй импичмент.

Интерактивность определяет, является ли сообщение прямым ответом на предыдущий комментарий (с использованием функции ответа или упоминанием чужого имени). Соответственно, два значения: 0 – наличие интерактивности, 1 – отсутствие интерактивности. Чтобы определить общий уровень интерактивности, необходимо разделить количество упоминаний участников (по имени или без него) в постах на общее количество постов.

Несогласие – это заявление, которое сигнализирует о противоречии с тем, что сказал предыдущий оратор. Оно включает комментарий, содержащий явно или неявно выраженное разногласие с заявлениями других пользователей (Stromer-Galley и др., 2015). Наличие разногласий является важнейшим условием для обсуждения, которое требует столкновения различных точек зрения, чтобы быть плодотворным и избежать когнитивных ошибок и предубеждений (Bohman, 2006, 2007). Более того, реакция на несогласие свидетельствует об отношении пользователей к другим мнениям и готовности достичь общего понимания. Сообщения кодируются как несогласие, когда они (1) расходятся с общим тоном обсуждения (рассматривая предыдущее сообщение в теме в качестве базового), что указывает на неоднородность в теме; (2) явно расходятся с другим комментатором в форме пометки имени или ответа. Так, несогласие кодировалось, если соблюдалось хотя бы одно из двух условий. Если два комментария критиковали одну идею, а другой комментатор впоследствии защищал ее, то такое сообщение кодировалось как несогласие. Помимо таких фраз, как «Я не согласен», «Я не уверен в этом», «Это неправильно», заявление о несогласии может повторять часть мыслей предыдущего оратора, изменяя небольшие элементы, чтобы сигнализировать о противоречии.

Могут быть различные типы разногласий, которые необходимо фиксировать. Во-первых, с точки зрения аргументации несогласие может быть (а) обоснованным, т.е. закодированным как любое замечание, которое раскрывает точку зрения комментатора на тему без какой-либо проработки (0), и (б) необоснованным, т.е. закодированным, когда есть какое-либо объяснение или уточнение для обоснования мнения (1). Во-вторых, несогласие может быть классифицировано и закодировано как цивилизованное (0) и нецивилизованное (1). Нецивилизованность классифицировалась с использованием таких подкатегорий, как насмешки, презрение, пренебрежительные или уничижительные выражения, ненормативная лексика и личные нападки (например, ссылки на личность, идеи или аргументы). Выражение цивилизованного несогласия может быть «смелым/отважным» (00) или «вежливым» (01), что усложняет анализ, поскольку речь идет про один феномен, но его окраска может быть разной. Вежливыми выражениями несогласия считались те, которые смягчали несогласие с помощью таких фраз, как «Хорошо, но», «Я согласен, но» и др. Эти фразы являются формами предварительного соглашения. Они демонстрируют предпочтение согласию в том



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

смысле, что откладывают несогласие (Goodwin, 1983). Смелые выражения несогласия были, к примеру, следующие: «Я не согласен», «Нет, вы не правы». Поскольку они могут привести к проявлению неуважения, анализ ограничился тем, что он не углублялся в экспрессию участников.

### Результаты

Первоначальной категорией для анализа выступает выражение мнения. Анализ мнений (0 и 1) участников онлайн-дискуссий показал, что в целом большинство участников (59,25%) поддерживают второй импичмент Д. Трампа и негативно реагируют на действия и личность 45-го американского президента. Только 40,75% людей выступают за Д. Трампа и против его второго импичмента (см. Таблицу 2). Говоря о корреляции идентичности СМИ с выраженными позициями, было отмечено, что больше людей (87%), принимающих участие в обсуждениях на страницах Facebook либеральных СМИ, выступают против Трампа и за его второй импичмент, в то время как около 2/3 пользователей (68,5%), участвующих в обсуждениях на страницах Facebook консервативных СМИ, выражают поддержку Д. Трампу и несогласие с его вторым импичментом. В целом более негативное отношение к Трампу было продемонстрировано на платформах либеральных СМИ.

**Таблица 2.**

Отношение к Д. Трампу и его второму импичменту (в процентах)

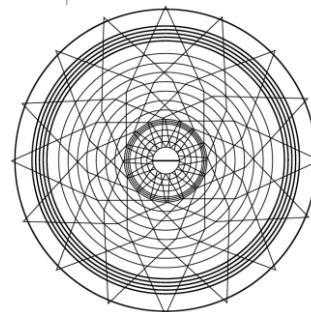
	Либеральные		Консервативные	
	MSNBC	The New York Times	The Washington Times	Fox News
За Трампа, против импичмента	2	24	71	66
Против Трампа, за импичмент	98	76	29	34
Данные, обобщающие мнения, выраженные на платформах либеральных и консервативных СМИ				
За Трампа, против импичмента	13		68,5	
Против Трампа, за импичмент	87		31,5	
Общие результаты				
За Д. Трампа, против его второго импичмента (40,75)				
Против Д. Трампа, за его второй импичмент (59,25)				

После определения позитивного и негативного отношения пользователей к Трампу и его второму импичменту была проанализирована интерактивность в обсуждениях на Facebook, поскольку этот показатель может помочь частично предсказать приблизительные пропорции несогласия в онлайн-разговорах (см. Таблицу 3).

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях



**Таблица 3.**

Интерактивность (в процентах), число участников, комментариев

	Либеральные		Консервативные	
	MSNBC	The New York Times	The Washington Times	Fox News
Интерактивность	14	34	41	16
Число участников	442	466	198	752
Число комментариев	504	654	281	904
Общая интерактивность на платформах либеральных и консервативных СМИ	24		28,5	

Анализ интерактивности на платформах различных СМИ показал, что обсуждения на страницах консервативных СМИ в Facebook демонстрировали более высокую степень интерактивности (28,5%), чем обсуждения на страницах либеральных СМИ (24%). Интересно, что в дискуссиях с более высоким уровнем интерактивности (The New York Times (34%) и The Washington Times (41%)) зафиксирован более высокий уровень разногласия, чем в дискуссиях с более низким уровнем интерактивности. Так, у The New York Times было 34% интерактивности и 2,8% несогласия, у The Washington Times было 41% интерактивности и 2,8% несогласия, тогда как у MSNBC было 14% и 0,6%, у Fox News – 16% и 0,5% соответственно (см. Таблицу 4). Такие данные дают возможность для дальнейшего исследования корреляции между уровнем интерактивности и степени несогласия в онлайн-обсуждениях.

**Таблица 4.**

Степень разногласия в онлайн-обсуждениях (в процентах)

	MSNBC	The New York Times	The Washington Times	Fox News
Несогласие	0,6	2,8	2,8	0,5

После определения степени несогласия анализ сосредоточился на характере несогласия в категориях цивилизованной (0) (смелое (00)/вежливое (01))/нецивилизованной (1), обоснованной (0)/необоснованной (1) коммуникации. В результате цивилизованных разногласий было больше, чем нецивилизованных (см. Таблицу 5), что характеризует американские дискуссии скорее с положительной стороны. В перспективе такая характеристика может указывать на путь для подлинного обсуждения, когда разногласия не влияют на достижение консенсуса, но это значительная часть процесса обсуждения.



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

**Таблица 5.**

Характер несогласия в категории (не)цивилизированное

	MSNBC	The New York Times	The Washington Times	Fox News	Общие данные
Цивильное	66,7	83,3	100	80	82,5
Цивилизованное	100	83,3	25	0	52,1
Смелое	0	16,7	75	100	47,9
Нецивилизированное	33,3	16,7	0	20	17,5

Было больше обоснованных, чем необоснованных разногласий (см. Таблицу 6). Необоснованное несогласие, как правило, останавливало беседу между участниками, поскольку делиберативный процесс предполагает обмен аргументами, которые могут продвинуть дискуссию вперед и расширить интеллектуальный кругозор коммуникаторов.

**Таблица 6.**

Характер несогласия в категории обоснованное/необоснованное

	MSNBC	The New York Times	The Washington Times	Fox News	Общие данные
Обоснованное	33,3	66,7	37,5	80	54,4
Необоснованное	66,7	33,3	62,5	20	45,6

Несколько примеров несогласия (цивилизированное/нецивилизированное; обоснованное/необоснованное) из обсуждения Washington Post (смелое/обоснованное и дипломатичное/обоснованное несогласие) и обсуждения MSNBC (нецивилизированное/необоснованное несогласие) представлено в приложении 1.

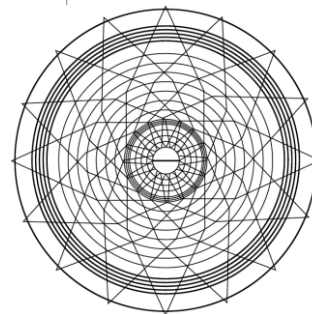
### **Ограничения исследования и направления научной дискуссии**

Исследование требует дальнейшей проверки и интерпретации результатов, более пристального внимания к проблематике. Первое ограничение – это методология, которая должна быть усовершенствована, чтобы понять, как категории выражения мнения, интерактивности, равенства участия, аргументации, (не)цивилизированности, (не)согласия могут коррелировать друг с другом. В этой работе были определены выражение мнения, интерактивность, степень разногласий и их характер. Можно увидеть, что получились мало интерактивные онлайн-дискуссии на страницах американских медиа в Facebook (уровень интерактивности составил менее 50%). Возможно, низкий уровень несогласия участников в онлайн-дискуссиях является одной из причин низкого уровня интерактивности. Чтобы разобраться в этом вопросе, в дальнейшем прежде всего

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

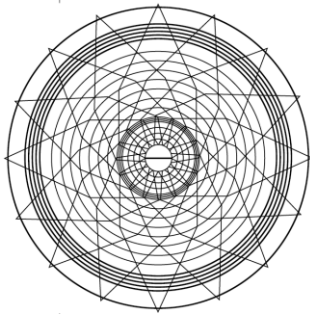
*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



стоит проанализировать корреляцию между уровнем аффективной поляризации мнений пользователей и выражением несогласия, уровнем цивилизованной и нецивилизованной коммуникации и характером несогласия. Можно предположить, что чем более поляризованы мнения в политическом разговоре, тем больше можно наблюдать разногласий между участниками, соответственно, тем выше уровень интерактивности участников. Эту гипотезу нужно доработать и проанализировать в будущем на основании работы российских исследователей по изучению через язык вражды аффективной поляризации в дискуссиях в социальных сетях (Стукал, Ахременко и Петров, 2022). Стоит подумать и над исследованием, связанным с выявлением влияния остроты/силы несогласия на культуру коммуникации участников, которая активно изучается отечественными исследователями (Bodrunova и Blekanov, 2021; Bodrunova, Litvinenko, Blekanov и Nepiyushchikh, 2021). К недостаткам методологического характера еще можно отнести неспособность автоматически вычислять ботов или троллей, которые могут негативно влиять на качество онлайн-делиберации, включая частоту, интенсивность и характер несогласия. Этот аспект обязательно должен быть учтен в следующих исследованиях и подробно проанализирован на основании эмпирико-методологических работ российских ученых (Ахременко и др., 2021; Stukal и Philiprov, 2022). Тем не менее, в работе удалось получить результаты, связанные с уровнем разногласия в дискуссиях и типами разногласия; однако необходимо провести дополнительные исследования с использованием усовершенствованного методологического подхода, чтобы определить объективность и обоснованность полученных результатов.

Вторым ограничением исследования было количество кейсов, платформ и комментариев. В данной работе был проанализирован один американский кейс, связанный со вторым импичментом Д. Трампа, причем для анализа было отобрано только 4 обсуждения в социальной сети Facebook, хотя подобных обсуждений было явно больше, и не только на платформе Facebook. Выбранная повестка дня острая и масштабная, поэтому чтобы лучше понять её и представить в научном дискурсе, для дальнейшего анализа необходимо расширить число цифровых платформ, куда люди приходят для обсуждения второго импичмента Д. Трампа и выражения своего отношения к нему.

Третье ограничение – это эмпирический материал. В будущем нужно проанализировать материал, который имеет практический смысл и влияет на процессы принятия решений в странах с различными политическими режимами. Политические онлайн-разговоры о втором импичменте Д. Трампа в Facebook любопытны с научной точки зрения, но в них нет ключевой делиберативной составляющей – достижения консенсуса, кооперации или принятия решений. Это пример проблемы, которая не может быть решена обычными гражданами посредством политического онлайн-разговора, но, тем не менее, дискуссии на подобные темы дают результаты, связанные с анализом несогласия пользователей друг с другом.



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

*Медиасоциология:*

*предметное и образовательное пространство*

В ходе дальнейших исследований было бы шагом вперед определить, как несогласие связано с невежливостью и нетерпимостью в различных цифровых средах, где граждане могут обсуждать политику. Для этого необходимо взять различные площадки социальных сетей, мессенджеры, форумы и провести сравнительный анализ того, как институциональные возможности платформ и их специфика могут влиять на количество и качество разногласий в политических дискуссиях. Например, в качестве независимых переменных можно взять такие факторы, как анонимность или модерация, и проследить, как они связаны с наличием/отсутствием того или иного количества разногласий пользователей в обсуждениях, какие типы и формы разногласия могут преобладать в дискуссиях на платформах, предоставляющих возможности анонимного общения или модерирования.

### **Заключение**

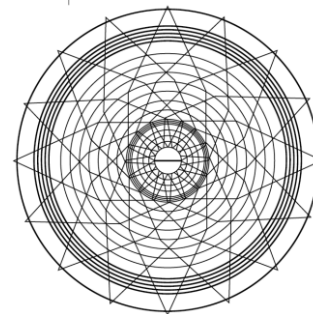
Анализ показал различные типы несогласия с точки зрения обоснования и (не)цивилизованности. Гипотеза исследования подтвердилась: разногласия в американских онлайн-дискуссиях на примере второго импичмента Д. Трампа можно охарактеризовать скорее как цивилизованные и обоснованные, чем нецивилизованные и необоснованные. Несмотря на то, что тема второго импичмента Трампа вызывает сильную поляризацию в американских онлайн-обсуждениях, разногласие в любом своём проявлении не оказывает существенного влияния на весь политический разговор и его исход, поскольку его масштаб незначителен, но при этом имеет эффекты на политическое обсуждение. В зависимости от того, как участники политического разговора воспринимают уровень несогласия (умеренный или радикальный), различаются эффекты, оказываемые им на демократическое обсуждение. Тем не менее, многие работы по неформальному политическому разговору показали, что несмотря на все нюансы, связанные с измерением и восприятием разногласия, неструктурированные, неформальные разнородные обсуждения, происходящие между людьми в повседневной реальности, имеют демократическую ценность, даже когда они не характеризуются или не соответствуют делиберативным нормам и процессам. Поэтому в данном проанализированном кейсе разногласие можно рассматривать как условие обсуждения, но не вызов.

Несогласие является важным компонентом делиберативного обсуждения. Однако обоснование несогласия более ценно для обсуждения, поскольку оно может иметь контрибуции для участников – новые знания, опыт и изменение мнения. В теории Хабермаса открыто подчеркивается важность аргументированного обсуждения, достижение консенсуса аргументированным путём, однако исследование показало, что по окончании политического онлайн-обсуждения в социальных сетях он не достигается, даже и намёка нет на какую-либо форму кооперации участников. Необходимо пересмотреть делиберативную концепцию немецкого философа и адаптировать её к нынешней реальности, привнести в неё больше прагматического смысла, поскольку публичная сфера и

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



взаимодействия в ней за последние два десятилетия сильно трансформировались, особенно во время и после периода пандемии COVID-19. В результате появились новые вызовы и условия, с которыми столкнулись делиберативные практики, теория делиберативной демократии и исследования в области политических коммуникаций.

### **БЛАГОДАРНОСТЬ**

Работа выполнена при поддержке грантов РФФ: проект №21-18-00454 «Медиатизированная коммуникация и современный делиберативный процесс» <https://www.rscf.ru/project/21-18-00454/> и проект №22-18-00364 «Институциональная трансформация управления электронным участием в России: исследование региональной специфики» <https://rscf.ru/project/22-18-00364/> Теоретическая часть выполнена в рамках проекта №21-18-00454, эмпирическая – в рамках проекта №22-18-00364. Отдельную благодарность выражаю научному руководителю моего диссертационного исследования Н. Ю. Савину.

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

Ахременко, А. С., Петров, А. П., Стукал, Д. К., Жеглов, С. А., и Хавроненко, М. В. (2021). На что способны боты? Модель протестной и контрпротестной политической мобилизации. *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз*, 102(3), 172–194.

Линде, А. Н. (2022). Концепция делиберативной демократии Ю. Хабермаса: значение для теории демократии и теории политической коммуникации. *Аспект Пресс*.

Российский государственный гуманитарный университет. (2011). «Делиберация» как метод борьбы с политическим экстремизмом. Российско-швейцарский учебно-научный центр РГГУ.

Словарь русского языка XVIII в. (1991). Делиберация. ФЭБ Русская литература и фольклор. <http://feb-web.ru/feb/sl18/slov-abc/05/sl608407.htm>

Стукал, Д. К., Ахременко, А. С., и Петров, А. П. (2022). Аффективная политическая поляризация и язык ненависти: созданы друг для друга? *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 24(3), 480–498. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-480-498>

Bennett, S. E., Flickinger, R. S., & Rhine, S. L. (2000). Political talk over here, over there, over time. *British Journal of Political Science*, 30(1), 99–119. <https://doi.org/10.1017/S0007123400000053>

Bodrunova, S. S. (2021). Social Media and Political Dissent in Russia and Belarus: An Introduction to the Special Issue. *Social Media + Society*, 7(4). <https://doi.org/10.1177/20563051211063470>



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Bodrunova, S. S., & Blekanov, I. S. (2021). A Self-Critical Public: Cumulation of Opinion on Belarusian Oppositional YouTube before the 2020 Protests. *Social Media + Society*, 7(4), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051211063464>

Bodrunova, S., Litvinenko, A., Blekanov, I., & Nepiyushchikh, D. (2021). Constructive aggression? Multiple roles of aggressive content in political discourse on Russian YouTube. *Media and Communication*, 9(1), 181–194. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3469>

Bohman, J. (2006). Deliberative democracy and the epistemic benefits of diversity. *Episteme*, 3(3), 175–191. <https://doi.org/10.3366/epi.2006.3.3.175>

Bohman, J. (2007). Political communication and the epistemic value of diversity: Deliberation and legitimation in media societies. *Communication Theory*, 17(4), 348–355. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00301.x>

Campbell, D. (2013). Social Networks and Political Participation. *Annual Review of Political Science*, 16, 33–48. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-033011-201728>

Chambers, S. (1996). *Reasonable Democracy*. Cornell University Press.

Coleman, S., & Blumer, J. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy (Communication, Society and Politics)*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511818271>

Conover, P. J., Searing, D. D., & Crewe, I. (2001). The deliberative potential of political discussion. *British Journal of Political Science*, 32(1), 21–62. <https://doi.org/10.1017/S0007123402000029>

Dryzek, J. S. (2000). *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. Oxford University Press.

Dubois, E. & Szwarc, J. (2018). Self-censorship, Polarization, and the ‘Spiral of Silence’ on Social Media. In Margetts H. et al (Eds.), *Internet, Policy and Politics Conference 2018*. University of Oxford.

Esterling, K. M., Fung, A., & Lee, T. (2015). How much disagreement is good for democratic deliberation? *Political Communication*, 32(4), 529–551. <http://doi.org/10.1080/10584609.2014.969466>

Eveland, W. P. (2004). The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication*, 21, 177–193. <http://doi.org/10.1080/10584600490443877>

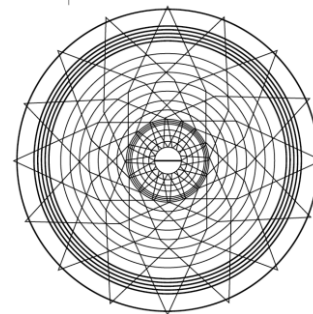
Filatova, O., & Volkovskii, D. (2021). Online Deliberation on Social Media as a Form of Public Dialogue in Russia. In R. Bolgov et al. (Eds.), *Proceedings of the International Conference "Internet and Modern Society"* (pp.146–156). St. Petersburg, Russia. <https://ceur-ws.org/Vol-3090/paper13.pdf>



## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



Fischer, K., Reedy, J., Piercy, C. & Thapaliya, R. (2021). A Typology of Reasoning in Deliberative Processes: A Study of the 2010 Oregon Citizens' Initiative Review. *Journal of Deliberative Democracy*, 18(2), 1–13. <https://doi.org/10.16997/jdd.951>

Fitsilis, P. (2022). Building on Smart Cities Skills and Competences. Human factors affecting smart cities development. Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-97818-1>

Friess, D. (2015). Online Deliberation Complete. Towards a new framework to analyze and explain deliberation online. Conference Paper. 65th ICA Annual Conference, Section for Political Communication. San Juan, Puerto Rico.

Goodwin, M. H. (1983). Aggravated correction and disagreement in children's conversations. *Journal of Pragmatics*, 7, 657–677.

Graham, T. (2015). Everyday political talk in the Internet-based public sphere. In S. Coleman, & D. Freelon (Eds.). *Handbook of Digital Politics* (pp. 247–263). Edward Elgar Publishing.

Gutmann, A., & Thompson, D. (1999). *Democracy and disagreement. Why moral conflict cannot be avoided in politics and what should be done about it.* The Belknap Press of Harvard University Press.

Habermas, J. (1996). *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy.* MIT Press.

Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>

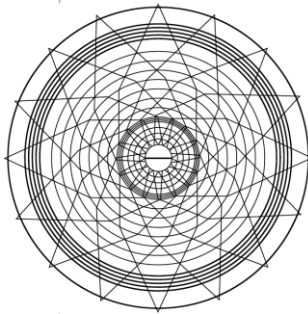
Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action. Reason and the Rationalization of Society.* Beacon.

Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1159–1168. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.008>

Heatherly, K. A., Lu, Y., & Lee, J. K. (2017). Filtering out the other side? Cross-cutting and like-minded discussions on social networking sites. *New Media & Society*, 19(8), 1271–1289. <https://doi.org/10.1177/1461444816634677>

Hong, Y., & Rojas, H. (2016). Agreeing Not to Disagree: Iterative versus Episodic Forms of Political Participatory Behaviors. *International Journal of Communication*, 10, 1743–1763.

Hyun, K. D. (2018). The Role of Political Agreement and Disagreement of News and Political Discussion on Social Media for Political Participation. *Analyses & Alternatives*, 2(2), 31–66.



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Huckfeldt, R., Johnson, P. E., & Sprague, J. (2004). Political disagreement: The survival of diverse opinions within communication networks. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511617102>

Kim, J., Wyatt, R. O., & Katz, E. (1999). News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy. *Political Communication*, 16, 361–385. <https://doi.org/10.1080/105846099198541>

Klofstad, C. A., Sokhey, A. E., & McClurg, S. D. (2012). Disagreeing about Disagreement: How Conflict in Social Networks Affects Political Behavior. *American Journal of Political Science*, 57(1), 120–134. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2012.00620.x>

Lee, H., Kwak, N., & Campbell, S. W. (2015). Hearing the Other Side Revisited: The Joint Workings of Cross-Cutting Discussion and Strong Tie Homogeneity in Facilitating Deliberative and Participatory Democracy. *Communication Research*, 42(4), 569–596. <https://doi.org/10.1177/0093650213483824>

Lu, Y., Heatherly, K. A., Lee, J. K. (2016). Cross-cutting exposure on social networking sites: The effects of SNS discussion disagreement on political participation. *Computers in Human Behavior*, 59, 74–81. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.030>

Maia, R. C., Hauber, G., Choucair, T., & Crepalde, N. J. (2021). What Kind of Disagreement Favors Reason-Giving? Analyzing Online Political Discussions across the Broader Public Sphere. *Political Studies*, 69(1), 108–128. <https://doi.org/10.1177/0032321719894708>

Mansbridge, J. (1999). Everyday talk in the deliberative system. In S. Macedo (Ed.), *Deliberative politics: Essays on democracy and disagreement* (pp. 211–239). Oxford University Press.

McClurg, S. D. (2003). Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*, 56(4), 449–464. <https://doi.org/10.1177/106591290305600407>

Merriam-Webster. (n. d.). Deliberation. <https://www.merriamwebster.com/dictionary/deliberation>

Monnoyer-Smith, L. (2006). Citizen's deliberation on the Internet: An exploratory study. *International Journal of Electronic Government Research*, 2(3), 58–74. <https://doi.org/10.4018/jegr.2006070103>

Mutz, D. (2002). The Consequences of Cross-Cutting Networks for Political Participation. *American Journal of Political Science*, 46(4), 838–855. <https://doi.org/10.2307/3088437>

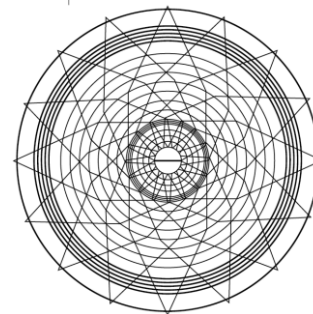
Mutz, D. (2006). *Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy*. Cambridge University Press. <http://doi.org/10.1017/CBO9780511617201>

Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook* (1st ed.). SAGE Publications, Inc.

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



Parkinson, J., & Mansbridge, J. (2012). *Deliberative Systems*. Cambridge University Press.

Price, V., & Capella, J. N. (2002). Online deliberation and its influence: The electronic dialogue project in campaign 2000. *IT & Society*, 1(1), 303–329.

Rossini, P., & Maia, R. C. M. (2020). Characterizing Disagreement in Online Political Talk: Examining Incivility and Opinion Expression on News Websites and Facebook in Brazil. *Journal of Deliberative Democracy*, 17(1), 90–104.  
<https://doi.org/10.16997/10.16997/jdd.967>

Savin, N. (2019). Does Media Matter? Variation of VK and Facebook Deliberative Capacities (evidence from Discussions on the Crimea Crisis). *Communications. Media. Design*, 4(3), 119–139.

Schulz, W. (1997). Changes of Mass Media And The Public Sphere. *The Public*, 4(2), 57–69.

Steiner, J. (2012). *The Foundations of Deliberative Democracy. Empirical Research and Deliberative Democracy*. Cambridge University Press.

Steiner, J., Jaramillo, M., Maia, R., & Mameli, S. (2017). *Deliberation across Deeply Divided Societies: Transformative Moments*. Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/9781316941591>

Strickler, R. (2018). Deliberate with the Enemy? Polarization, Social Identity, and Attitudes toward Disagreement. *Political Research Quarterly*, 71(1), 3–18.  
<https://doi.org/10.1177/1065912917721371>

Stromer-Galley, J. (2007). Measuring deliberation's content: A coding scheme. *Journal of Public Deliberation*, 3(1), 1–35. <https://doi.org/10.16997/jdd.50>

Stromer-Galley, J., Bryant, L., & Bimber, B. (2015). Context and medium matter: Expressing disagreements online and face-to-face in political deliberations. *Journal of Public Deliberation*, 11(1), 1–22. <http://doi.org/10.16997/jdd.218>

Stukal, D., & Philippov, I. (2022). Promoting a Leader or a Cause? An Agent-Based Model of Social Media Bots. *Monitoring Obschestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, (1), 22–38. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.1.2022>

Volkovskii, D. (2021). Experience of Applied Research in Online Deliberation: An Analysis of Civility in American Online Discussions. In *CEUR Workshop Proceedings. Proceedings of the International Conference "Internet and Modern Society" (IMS-2021)* (pp. 199–205). St. Petersburg, Russia.

Volkovskii, D., & Filatova, O. (2022). Influence of Media Type on Political E-Discourse: Analysis of Russian and American Discussions on Social Media. In A. V. Chugunov, M. Janssen, I. Khodachek, Y. Misnikov, D. Trutnev (Eds.), *Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia. EGOSE 2021. Communications in Computer and*



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Information Science, 1529, 119–131. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-04238-6\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-031-04238-6_10)

Warren, M. E. (2009). Governance-Driven Democratization. *Critical Policy Studies*, 3(1), 3–13. <https://doi.org/10.1080/19460170903158040>

Weeks, B. E., Lane, D. S., Kim, D. H., Lee, S. S., & Kwak, N. (2017). Incidental exposure, selective exposure, and political information sharing: Integrating online exposure patterns and expression on social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(6), 363–379. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12199>

Wessler, H. (2018). Habermas and the Media. *Theory and the Media*. Polity.

Wojcieszak, M., & Mutz, D. (2009). Online Groups and Political Discourse: Do Online Discussion Spaces Facilitate Exposure to Political Disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40–56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>

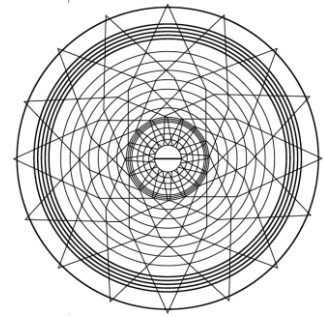
Wojcieszak, M., & Price, V. (2010). Bridging the divide or intensifying the conflict? How disagreement affects strong predilections about sexual minorities. *Political Psychology*, 31(3), 315–339. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00753.x>

Wojcieszak, M., & Price, V. (2012). Perceived versus Actual Disagreement: Which Influences Deliberative Experiences? *Journal of Communication*, 62(3), 418–436. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2012.01645.X>

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре  
на примере анализа американских обсуждений  
второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях



### ПРИЛОЖЕНИЕ 1

– *Lori Beall Schuler*: Brett Binford I totally agree with you. Just saying they probably will try. Hoping enough people stand up to her though, because she'll go full throttle as last updates say that she has not backed down.

– *David Rauscher*: Lori Beall Schuler **no but they can waste the citizens money over n over and over again. (Смелое, обоснованное несогласие)**

– *Lori Beall Schuler*: David Rauscher **yeah for real, but** they won't have to now **because** the house just voted to impeach. **(Дипломатичное, обоснованное несогласие)**

– *Scotty Shapiro*: The Senate will not convict. President Trump will run for office again in 2022 for Senator or governor and definitely run for president again in 2024

– *Jossue Castellanos*: **you're delusional lol (Нецивилизованное и необоснованное косвенно выраженное несогласие)**



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиа социология:

предметное и образовательное пространство

# TYPES OF DISAGREEMENT IN ONLINE POLITICAL CONVERSATION: ANALYSIS OF AMERICAN DISCUSSIONS ON THE SECOND IMPEACHMENT OF D. TRUMP ON SOCIAL MEDIA

### **Volkovskii D.**

Student of Doctoral Programme “Political institutions, processes and technologies” at the National Research University Higher School of Economics (Moscow, Russia)

Engineer at the E-Government Center, Institute of Design & Urban Studies, ITMO University (St. Petersburg, Russia)

Researcher at the St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russia)

[dvolkovskiy@hse.ru](mailto:dvolkovskiy@hse.ru)

### **Abstract:**

In this paper, the author's aim is to analyze disagreement between participants of political online discussions and its types on the example of discussions about second impeachment of D. Trump in the social network Facebook. For this purpose, content analysis is used (Neuendorf, 2002), which allows to explore the positions of citizens, their interactivity, disagreement, its types in the categories of argumentation and (in)civility. The empirical material is presented by four online discussions of four American media outlets divided by political affiliation to the party: liberal and conservative ones. The article makes a theoretical and methodological contribution to the deliberative research and requires rethinking of Habermasian deliberative theory, drawing attention to the practical content of deliberation and problem of disagreement in a political discussion. The paper concludes that 1) there are disagreements in American online discussions on the example of the second impeachment of D. Trump, but their number is small; 2) they can be characterized mainly as civil and justified rather than uncivil and unjustified; 3) rational consensus on the issue of discussions is not reached by citizens.

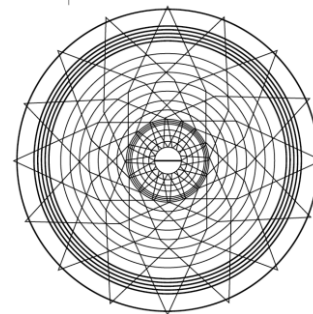
**Keywords:** political talk online, social media, disagreement, Trump, US



## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



## ACKNOWLEDGEMENT

The research was supported by the Russian Science Foundation: the project No. 21-18-00454 «Mediatized Communication and Modern Deliberative Process» (<https://www.rscf.ru/project/21-18-00454/>), the project No. 22-18-00364 «Institutional Transformation of E-Participation Governance in Russia: a Study of Regional Peculiarities» (<https://rscf.ru/project/22-18-00364/>). The theoretical part of research was done in terms of the project No. 21-18-00454, the empirical part — the project No. 22-18-00364.

I express my special gratitude to my PhD thesis supervisor Nikita Yu. Savin.

## REFERENCES

Akhremenko, A. S., Petrov, A. P., Stukal, D. K., Zheglov, S. A., & Khavronenko, M. V. (2021). Na chto sposobny boty? Model' protestnoy i kontrprotestnoy politicheskoy mobilizatsii. *Politiya: Analiz. Khronika. Prognoz*, 102(3), 172–194.

Bennett, S. E., Flickinger, R. S., Rhine, S. L. (2000). Political talk over here, over there, over time. *British Journal of Political Science*, 30, 99–119.

Bodrunova, S. (2021). Social Media and Political Dissent in Russia and Belarus: An Introduction to the Special Issue. *Social Media + Society*, 7(4), 20563051211063470

Bodrunova, S., Blekanov, I. (2021). A self-critical public: Cumulation of opinion on Belarusian oppositional YouTube before the 2020 protests. *Social Media + Society*, 7(1), 1–13.

Bodrunova, S.S., Litvinenko, A., Blekanov, I., Nepiyushchikh, D. (2021). Constructive aggression? Multiple roles of aggressive content in political discourse on Russian YouTube. *Media and Communication*, 9, 181-194.

Bennett, S. E., Flickinger, R. S., & Rhine, S. L. (2000). Political talk over here, over there, over time. *British Journal of Political Science*, 30(1), 99–119. <https://doi.org/10.1017/S0007123400000053>

Bodrunova, S. S. (2021). Social Media and Political Dissent in Russia and Belarus: An Introduction to the Special Issue. *Social Media + Society*, 7(4). <https://doi.org/10.1177/20563051211063470>

Bodrunova, S. S., & Blekanov, I. S. (2021). A Self-Critical Public: Cumulation of Opinion on Belarusian Oppositional YouTube before the 2020 Protests. *Social Media + Society*, 7(4), 1–13. <https://doi.org/10.1177/20563051211063464>



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Bodrunova, S., Litvinenko, A., Blekanov, I., & Nepiyushchikh, D. (2021). Constructive aggression? Multiple roles of aggressive content in political discourse on Russian YouTube. *Media and Communication*, 9(1), 181–194.

<https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3469>

Bohman, J. (2006). Deliberative democracy and the epistemic benefits of diversity. *Episteme*, 3(3), 175–191. <https://doi.org/10.3366/epi.2006.3.3.175>

Bohman, J. (2007). Political communication and the epistemic value of diversity: Deliberation and legitimation in media societies. *Communication Theory*, 17(4), 348–355. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00301.x>

Campbell, D. (2013). Social Networks and Political Participation. *Annual Review of Political Science*, 16, 33–48. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-033011-201728>

Chambers, S. (1996). *Reasonable Democracy*. Cornell University Press.

Coleman, S., & Blumer, J. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy (Communication, Society and Politics)*. Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/CBO9780511818271>

Conover, P. J., Searing, D. D., & Crewe, I. (2001). The deliberative potential of political discussion. *British Journal of Political Science*, 32(1), 21–62.

<https://doi.org/10.1017/S0007123402000029>

Dryzek, J. S. (2000). *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. Oxford University Press.

Dubois, E. & Szwarc, J. (2018). Self-censorship, Polarization, and the ‘Spiral of Silence’ on Social Media. In Margetts H. et al (Eds.), *Internet, Policy and Politics Conference 2018*. University of Oxford.

Esterling, K. M., Fung, A., & Lee, T. (2015). How much disagreement is good for democratic deliberation? *Political Communication*, 32(4), 529–551.

<http://doi.org/10.1080/10584609.2014.969466>

Eveland, W. P. (2004). The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration. *Political Communication*, 21, 177–193. <http://doi.org/10.1080/10584600490443877>

Filatova, O., & Volkovskii, D. (2021). Online Deliberation on Social Media as a Form of Public Dialogue in Russia. In R. Bolgov et al. (Eds.), *Proceedings of the International Conference "Internet and Modern Society"* (pp.146–156). St. Petersburg, Russia.

<https://ceur-ws.org/Vol-3090/paper13.pdf>

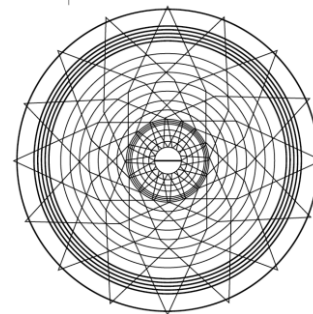
Fischer, K., Reedy, J., Piercy, C. & Thapaliya, R. (2021). A Typology of Reasoning in Deliberative Processes: A Study of the 2010 Oregon Citizens’ Initiative Review. *Journal of Deliberative Democracy*, 18(2), 1–13. <https://doi.org/10.16997/jdd.951>



## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



Fitsilis, P. (2022). Building on Smart Cities Skills and Competences. Human factors affecting smart cities development. Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-97818-1>

Friess, D. (2015). Online Deliberation Complete. Towards a new framework to analyze and explain deliberation online. Conference Paper. 65th ICA Annual Conference, Section for Political Communication. San Juan, Puerto Rico.

Goodwin, M. H. (1983). Aggravated correction and disagreement in children's conversations. *Journal of Pragmatics*, 7, 657–677.

Graham, T. (2015). Everyday political talk in the Internet-based public sphere. In S. Coleman, & D. Freelon (Eds.). *Handbook of Digital Politics* (pp. 247–263). Edward Elgar Publishing.

Gutmann, A., & Thompson, D. (1999). *Democracy and disagreement. Why moral conflict cannot be avoided in politics and what should be done about it.* The Belknap Press of Harvard University Press.

Habermas, J. (1996). *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy.* MIT Press.

Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>

Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action. Reason and the Rationalization of Society.* Beacon.

Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1159–1168. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.008>

Heatherly, K. A., Lu, Y., & Lee, J. K. (2017). Filtering out the other side? Cross-cutting and like-minded discussions on social networking sites. *New Media & Society*, 19(8), 1271–1289. <https://doi.org/10.1177/1461444816634677>

Hong, Y., & Rojas, H. (2016). Agreeing Not to Disagree: Iterative versus Episodic Forms of Political Participatory Behaviors. *International Journal of Communication*, 10, 1743–1763.

Hyun, K. D. (2018). The Role of Political Agreement and Disagreement of News and Political Discussion on Social Media for Political Participation. *Analyses & Alternatives*, 2(2), 31–66.

Huckfeldt, R., Johnson, P. E., & Sprague, J. (2004). *Political disagreement: The survival of diverse opinions within communication networks.* Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511617102>



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Kim, J., Wyatt, R. O., & Katz, E. (1999). News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy. *Political Communication*, 16, 361–385. <https://doi.org/10.1080/105846099198541>

Klofstad, C. A., Sokhey, A. E., & McClurg, S. D. (2012). Disagreeing about Disagreement: How Conflict in Social Networks Affects Political Behavior. *American Journal of Political Science*, 57(1), 120–134. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2012.00620.x>

Lee, H., Kwak, N., & Campbell, S. W. (2015). Hearing the Other Side Revisited: The Joint Workings of Cross-Cutting Discussion and Strong Tie Homogeneity in Facilitating Deliberative and Participatory Democracy. *Communication Research*, 42(4), 569–596. <https://doi.org/10.1177/0093650213483824>

Linde, A. N. (2022). Kontsepsiya deliberativnoy demokratii Yu. Khabermasa: znachenie dlya teorii demokratii i teorii politicheskoy kommunikatsii. Aspekt Press.

Lu, Y., Heatherly, K. A., Lee, J. K. (2016). Cross-cutting exposure on social networking sites: The effects of SNS discussion disagreement on political participation. *Computers in Human Behavior*, 59, 74–81. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.030>

Maia, R. C., Hauber, G., Choucair, T., & Crepalde, N. J. (2021). What Kind of Disagreement Favors Reason-Giving? Analyzing Online Political Discussions across the Broader Public Sphere. *Political Studies*, 69(1), 108–128. <https://doi.org/10.1177/0032321719894708>

Mansbridge, J. (1999). Everyday talk in the deliberative system. In S. Macedo (Ed.), *Deliberative politics: Essays on democracy and disagreement* (pp. 211–239). Oxford University Press.

McClurg, S. D. (2003). Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*, 56(4), 449–464. <https://doi.org/10.1177/106591290305600407>

Merriam-Webster. (n. d.). Deliberation. <https://www.merriamwebster.com/dictionary/deliberation>

Monnoyer-Smith, L. (2006). Citizen's deliberation on the Internet: An exploratory study. *International Journal of Electronic Government Research*, 2(3), 58–74. <https://doi.org/10.4018/jegr.2006070103>

Mutz, D. (2002). The Consequences of Cross-Cutting Networks for Political Participation. *American Journal of Political Science*, 46(4), 838–855. <https://doi.org/10.2307/3088437>

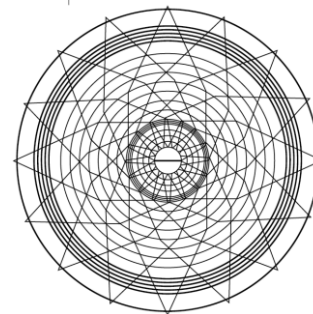
Mutz, D. (2006). *Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy*. Cambridge University Press. <http://doi.org/10.1017/CBO9780511617201>

Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook* (1st ed.). SAGE Publications, Inc.

## [Научные статьи]

Волковский Д. В.

*Типы разногласия в политическом онлайн-разговоре на примере анализа американских обсуждений второго импичмента Д. Трампа в социальных сетях*



Parkinson, J., & Mansbridge, J. (2012). *Deliberative Systems*. Cambridge University Press.

Price, V., & Capella, J. N. (2002). Online deliberation and its influence: The electronic dialogue project in campaign 2000. *IT & Society*, 1(1), 303–329.

Rossini, P., & Maia, R. C. M. (2020). Characterizing Disagreement in Online Political Talk: Examining Incivility and Opinion Expression on News Websites and Facebook in Brazil. *Journal of Deliberative Democracy*, 17(1), 90–104.  
<https://doi.org/10.16997/10.16997/jdd.967>

Rossiyskiy gosudarstvennyy gumanitarnyy universitet. (2011). «Deliberatsiya» kak metod bor'by s politicheskim ekstremizmom. Rossiysko-shveytsarskiy uchebno-nauchnyy tsentr RGGU.

Savin, N. (2019). Does Media Matter? Variation of VK and Facebook Deliberative Capacities (evidence from Discussions on the Crimea Crisis). *Communications. Media. Design*, 4(3), 119–139.

Schulz, W. (1997). Changes of Mass Media And The Public Sphere. *The Public*, 4(2), 57–69.

Steiner, J. (2012). *The Foundations of Deliberative Democracy. Empirical Research and Deliberative Democracy*. Cambridge University Press.

Slovar' russkogo yazyka XVIII v. (1991). *Deliberatsiya*. FEB Russkaya literatura i fol'klor.  
<http://feb-web.ru/feb/sl18/slov-abc/05/sl608407.htm>

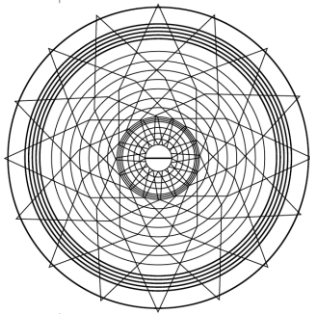
Steiner, J., Jaramillo, M., Maia, R., & Mameli, S. (2017). *Deliberation across Deeply Divided Societies: Transformative Moments*. Cambridge University Press.  
<https://doi.org/10.1017/9781316941591>

Strickler, R. (2018). Deliberate with the Enemy? Polarization, Social Identity, and Attitudes toward Disagreement. *Political Research Quarterly*, 71(1), 3–18.  
<https://doi.org/10.1177/1065912917721371>

Stromer-Galley, J. (2007). Measuring deliberation's content: A coding scheme. *Journal of Public Deliberation*, 3(1), 1–35. <https://doi.org/10.16997/jdd.50>

Stromer-Galley, J., Bryant, L., & Bimber, B. (2015). Context and medium matter: Expressing disagreements online and face-to-face in political deliberations. *Journal of Public Deliberation*, 11(1), 1–22. <http://doi.org/10.16997/jdd.218>

Stukal, D. K., Akhremenko, A. S., & Petrov, A. P. (2022). Affektivnaya politicheskaya polarizatsiya i yazyk nenavisti: sozdany drug dlya druga? *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya*, 24(3), 480–498.  
<https://doi.org/10.22363/2313-1438-2022-24-3-480-498>



## [Научные статьи]

Коломиец В. П.

Медиасоциология:

предметное и образовательное пространство

Stukal, D., & Philippov, I. (2022). Promoting a Leader or a Cause? An Agent-Based Model of Social Media Bots. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, (1), 22–38. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.1.2022>

Volkovskii, D. (2021). Experience of Applied Research in Online Deliberation: An Analysis of Civility in American Online Discussions. In CEUR Workshop Proceedings. Proceedings of the International Conference "Internet and Modern Society" (IMS-2021) (pp. 199–205). St. Petersburg, Russia.

Volkovskii, D., & Filatova, O. (2022). Influence of Media Type on Political E-Discourse: Analysis of Russian and American Discussions on Social Media. In A. V. Chugunov, M. Janssen, I. Khodachek, Y. Misnikov, D. Trutnev (Eds.), *Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia. EGOSE 2021. Communications in Computer and Information Science*, 1529, 119–131. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-04238-6\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-031-04238-6_10)

Warren, M. E. (2009). Governance-Driven Democratization. *Critical Policy Studies*, 3(1), 3–13. <https://doi.org/10.1080/19460170903158040>

Weeks, B. E., Lane, D. S., Kim, D. H., Lee, S. S., & Kwak, N. (2017). Incidental exposure, selective exposure, and political information sharing: Integrating online exposure patterns and expression on social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(6), 363–379. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12199>

Wessler, H. (2018). *Habermas and the Media. Theory and the Media. Polity.*

Wojcieszak, M., & Mutz, D. (2009). Online Groups and Political Discourse: Do Online Discussion Spaces Facilitate Exposure to Political Disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40–56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>

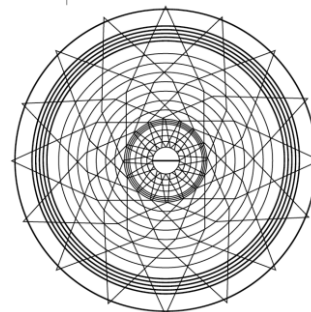
Wojcieszak, M., & Price, V. (2010). Bridging the divide or intensifying the conflict? How disagreement affects strong predilections about sexual minorities. *Political Psychology*, 31(3), 315–339. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00753.x>

Wojcieszak, M., & Price, V. (2012). Perceived versus Actual Disagreement: Which Influences Deliberative Experiences? *Journal of Communication*, 62(3), 418–436. <https://doi.org/10.1111/J.1460-2466.2012.01645.X>

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



# ПРОБЛЕМА ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В БЕЛАРУСИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ И ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

### **Воронина С. Н.**

младший научный сотрудник Института социологии  
НАН Беларуси  
(Минск, Беларусь)  
[snevoron@gmail.com](mailto:snevoron@gmail.com)

### **Кармызова Д. Д.**

младший научный сотрудник Института социологии  
НАН Беларуси  
(Минск, Беларусь)  
[dianadmkr@gmail.com](mailto:dianadmkr@gmail.com)

### **Аннотация:**

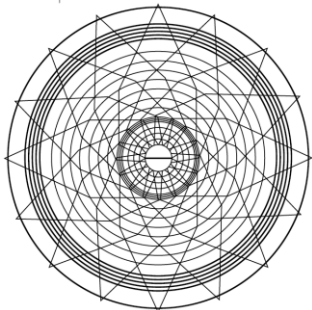
Повсеместное распространение цифровых технологий стало определяющей чертой современной культуры, экономики, политики и в целом общества современного типа, что привело к возникновению вопроса о необходимости вовлечения всех граждан в цифровую среду. На этом фоне авторы утверждают, что проблема интеграции пожилых людей в цифровое общество требует более детального рассмотрения. Феномен цифрового неравенства, возникающий в обществах современного типа, включает целый ряд образовательных, социально-экономических и культурных барьеров, которые поддерживают и воспроизводят эту форму неравенства. На основании данных эмпирического исследования выделены индикаторы, отражающие степень взаимодействия пожилых людей с цифровыми устройствами, технологиями и услугами. Результаты анализа позволяют заключить, что место проживания, уровень образования и включенность в трудовую деятельность положительно влияют на пользовательский потенциал пожилых людей.

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровые технологии, цифровое неравенство, пожилые люди

### **Введение**

В данной статье предлагается анализ степени включенности пожилых людей Беларуси в цифровую среду, характеризующуюся высоким уровнем развития информационно-коммуникационных технологий, алгоритмов, устройств. В основу работы легли результаты эмпирического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2022 г. методом анкетного опроса по республиканской выборке, репрезентативной по полу, возрасту, региону проживания, типу населенного пункта (N = 1848 чел., N пожилых = 421 чел.).





## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

Анкета содержала в себе следующие тематические блоки вопросов:

1. Использование Интернета (вопросы блока нацелены на фиксацию частоты использования сети Интернет в повседневных практиках пожилых людей).
2. Использование цифровых устройств (рассматривается, какие цифровые устройства имеют в наличии и используют пожилые люди).
3. Практики использования цифровых сервисов, услуг и устройств (анализируются практики использования цифровых устройств, использование цифровых сервисов, а также действия, совершаемые пожилыми людьми в сети Интернет).
4. Социально-демографический блок (пол, возраст, тип населенного пункта, уровень образования, социальный статус).

В ходе исследования было опрошено 1848 человек, из них в возрасте от 60 до 74 лет<sup>1</sup> – 421 человек. Среди опрошенных пожилых людей доля мужчин составила 38,7 %, женщин – 61,3 %. Большинство из них проживает в городах (76,6 %), в сельской местности – 23,3 % респондентов. Половина опрошенных состоит в зарегистрированном браке (52,7 %), 29,0 % являются вдовами (вдовцами), 10,7 % – разведены. Небольшое количество пожилых людей отметили, что они холосты/не замужем (5,7 %) или состоят в незарегистрированном браке (1,7 %). По уровню образования наибольшая доля респондентов (43,0 %) имеет профессионально-техническое или среднее специальное образование, практически треть респондентов (30,2 %) с высшим образованием, 23,3 % имеют среднее общее образование. Большинство опрошенных пожилых людей (62,5 %) являются неработающими пенсионерами<sup>2</sup>, 21,4 % продолжают осуществлять трудовую деятельность на пенсии, 15,7 % респондентов ведут активную трудовую деятельность, но при этом не достигли пенсионного возраста.

Авторами были выдвинуты следующие исследовательские гипотезы:

- использование Интернета пожилыми людьми предопределяется социально-демографическими характеристиками;
- фактором цифрового неравенства служит тип населенного пункта (сельские жители отстают по уровню доступа к Интернету от жителей городов).
- практики использования Интернета различаются у пожилых людей с разным уровнем образования.

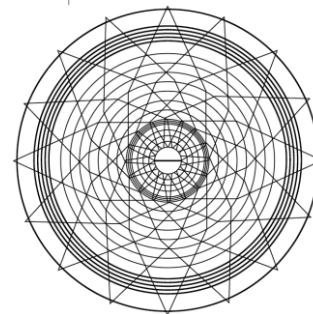
<sup>1</sup> Авторы статьи опираются на рекомендации Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) и определяют нижнюю границу пожилого возраста как 60 лет, а верхнюю – как 74 года. См. World Health Organization. (2022, October 1). Ageing and health. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>

<sup>2</sup> В Республике Беларусь право на трудовую пенсию по возрасту на общих основаниях имеют: мужчины при общем стаже работы не менее 25 лет при достижении общеустановленного пенсионного возраста 63 года; женщины при общем стаже работы не менее 20 лет при достижении общеустановленного пенсионного возраста 58 лет. См. Министерство труда и социальной защиты Республики Беларусь. (н.д.). Трудовые пенсии. <https://mintrud.gov.by/ru/trudov-pensii-ru>

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

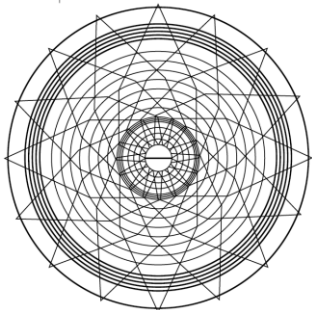
*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



### **Теоретическая рамка исследования**

Динамика развития современного технологического сектора ставит перед исследователями вопросы о том, как и в каком ключе интенсивное развитие технологий и цифрового пространства обуславливает проблему равной включенности всех граждан в цифровую среду. С каждым десятилетием уровень использования цифровых технологий среди людей старшего возраста будет расти (это относится и к цифровым устройствам и специализированным программам). Понимание того, кто может осваивать эти инструменты самостоятельно, а кому следует оказать поддержку, имеет решающее значение для сглаживания различий и обеспечения того, чтобы любые преимущества, связанные с использованием технологий, были в равной степени доступны для всех членов общества. Поэтому основная цель статьи – определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на степень включенности пожилых людей в цифровую среду.

Зачастую проблемы, связанные со зрелым возрастом, во многом обусловлены культурными стереотипами и дискриминацией людей, преодолевших фертильный возраст. Это свидетельствует о явном или неявном эйджизме, который опирается на убеждение, что возраст сопряжен с различного рода проблемами. Вместе с тем мы не можем отрицать, что старость – положение неавтономное. По определению А. Смолькина: «старость... есть состояние... требующее устойчивых (прото)социальных отношений и возникающее в ситуации, когда сама группа достаточно автономна относительно среды. <...> неавтономность старости компенсируется традицией внутрисемейной или общественной поддержки, пенсионными системами или индивидуальными накоплениями, но само состояние неавтономности не исчезает» (Смолькин, 2014, с. 36). Можно предположить, что существует еще один аспект проблемы, связанный с положением пожилых людей в сети их отношений с другими людьми и институтами: возможность в полной мере пользоваться социокультурными и экономическими ресурсами общества, в частности, информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ). Другими словами, это проблемы, связанные с цифровым неравенством. Например, пожилые люди могут испытывать трудности с пониманием и освоением сложных технологических процессов из-за когнитивных изменений. Способность пожилых людей использовать ИКТ в целом ограничена возрастными изменениями их физических способностей: сенсорных, двигательных и когнитивных. Что касается сенсорных возможностей, снижение остроты зрения может затруднять пожилым людям чтение или просмотр информации с экрана компьютера (или смартфона), а изменения в моторном контроле – взаимодействие с техникой или технологией, например, при использовании мыши или сенсорных экранов. Когнитивные проблемы могут проявляться в ухудшении памяти, что затрудняет обработку и запоминание новой информации. То есть состояние здоровья пожилого человека может быть одним из условий положительного или отрицательного опыта взаимодействия с технологиями. Это подчеркивает важность разработки



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

технологий и интерфейсов, доступных и удобных для пожилых людей, чтобы они могли воспользоваться преимуществами технического прогресса.

Степень включенности пожилых людей в различные сообщества и поддержка устойчивых связей за пределами семьи – один из важнейших параметров качества жизни. Одним из факторов разрушения структуры отношений пожилых людей является прекращение трудовой деятельности, которое влечет за собой ряд изменений, связанных с ограничением сферы их жизни и деятельности: (1) снижение уровня активности и изменение характера взаимоотношений с окружающими людьми; (2) изменение статуса и ролей пожилого человека в обществе; (3) наличие большого количества свободного времени и изменение качества его наполнения (Примак и Гизатова, 2012, с. 274).

Прекращение трудовой деятельности, состояние здоровья или физическое расстояние между членами семьи, коллегами, друзьями могут стать причинами сокращения социальных контактов в старшем возрасте (Беликов, 2019; Беликов и др., 2020). В этом случае мессенджеры и социальные сети способны стать удобным способом поддерживать коммуникацию. Однако такие факторы, как недостаточная технологическая грамотность, навыки использования цифровых устройств или предпочтение более традиционных форм общения могут оказаться препятствием для использования этих платформ пожилыми людьми, что будет способствовать формированию феномена «цифрового разрыва».

Термин «цифровой разрыв» впервые появился в дискуссионном поле в 1990-х годах в США для описания наблюдаемого неравенства в доступе сначала к компьютерам, а затем к информации, Интернету и другим цифровым технологиям<sup>3</sup>.

Сегодня концепция «цифрового разрыва» имеет множество интерпретаций, но наиболее распространенным считается определением, которое было представлено в докладе Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 2001 году: «термин “цифровой разрыв” означает разрыв между отдельными лицами, домохозяйствами, предприятиями и географическими районами на различных социально-экономических уровнях как в отношении их возможностей доступа к информационным и коммуникационным технологиям (ИКТ), так и в отношении использования Интернета для самых разных видов деятельности»<sup>4</sup>. То есть речь идет о неравномерном или неравном доступе к сетевой телекоммуникационной инфраструктуре, цифровым устройствам, услугам и контенту вследствие технологических, экономических, социально-политических и индивидуальных причин. Существует ряд работ, в которых уточняется понятие «цифрового разрыва» и на трех уровнях концептуализируются сложности и текущие проблемы изучения его специфики (Stevenson, 2009; van Dijk, 2005; Vehovar et al., 2006).

<sup>3</sup> Britannica. (n.d.). Digital divide. Retrieved April 10, 2023. <https://www.britannica.com/topic/digital-divide>

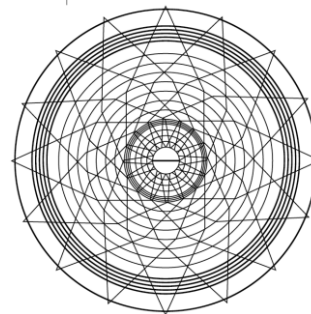
<sup>4</sup> OECD (2001). Understanding the digital divide (No. 49). [https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/understanding-the-digital-divide\\_236405667766](https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/understanding-the-digital-divide_236405667766)



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



Цифровое неравенство первого порядка характеризует положение тех, у кого доступ к таким технологиям, как домашние компьютеры (цифровые устройства), услуги связи и Интернет, ограничен или вообще отсутствует. По сути, в основе такого неравенства лежат социально-экономические (разница в доходах) и географические (место проживания: регион, страна, тип местности и т. д.) факторы. Исследования позволили установить, что различный доступ к технологиям (например, устройствам, информации и Интернету) и навыкам, необходимым для их использования, возникает среди разных социальных групп из-за различий в уровне образования, месте проживания, возрасте, доходе и проч. (van Deursen & Helsper, 2015a; van Deursen & Helsper, 2015b; Warschauer & Matuchniak, 2010).

С течением времени, помимо наличия или отсутствия доступа к технологической инфраструктуре и высокоскоростному Интернету, в фокусе внимания исследователей оказывается такая характеристика, как препятствия на пути к получению необходимых навыков и знаний для использования цифровых технологий.

Эта усовершенствованная модель цифрового неравенства была описана как цифровое неравенство второго уровня (Hargittai, 2002; Yu et al., 2016). На концептуальном уровне оно рассматривается с позиции того, какими цифровыми и техническими навыками (и паттернами использования) владеют пользователи для эффективного применения устройств и программ (к которым у них есть доступ). Цифровой разрыв второго уровня – это неравное владение навыками, знаниями и ресурсами, влияющее на способность эффективно использовать цифровые технологии. С проблемами такого рода сталкиваются пожилые люди, у которых при наличии связи и технологий (цифровых устройств) нет необходимых навыков и знаний для их максимально результативного использования.

В исследованиях цифрового разрыва второго уровня предлагаются классификации с точки зрения того, какие типы навыков необходимы для использования ИКТ и какие виды действий люди совершают в Интернете (Blank & Groselj, 2014; Hargittai, 2002, 2005; van Deursen & van Dijk, 2010), а также того, как взаимосвязаны различные аспекты цифрового разрыва (van Deursen & van Dijk, 2015b). Некоторые исследования выявили, что пожилым людям и людям с низким уровнем доходов сложнее приобретать или поддерживать эти навыки в условиях постоянно развивающихся технологий (van Jaarsveld, 2020).

Эффекты от цифрового неравенства третьего уровня проявляются как сопутствующая или отсутствующая выгода от использования ИКТ (van Deursen & Helsper, 2015b). Некоторые исследователи считают, что «цифровое неравенство третьего уровня касается различий в результатах использования Интернета среди групп пользователей, которые демонстрируют в целом схожие профили использования и обладают относительно автономным и беспрепятственным доступом к ИКТ и интернет-инфраструктуре» (van Deursen & Helsper, 2015b, p. 30). Изучение цифрового неравенства третьего уровня сосредоточено на тех когортах, которые могут воспользоваться или успешно пользуются преимуществами доступа и своего уровня владения соответствующими навыками.



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

Концептуальная основа трех уровней цифрового неравенства охватывает спектр образовательных, социально-экономических и культурных барьеров (и их последствий), которые поддерживают и воспроизводят эту форму неравенства. Физический доступ к инфраструктуре по-прежнему остается важным фактором преодоления последствий неравенства физического, человеческого и социального капитала в цифровой среде (Matuchniak and Warschauer, 2010). Поэтому мы рассматриваем пожилых людей как одну из наиболее социально уязвимых групп и их возможности и опыт взаимодействия с цифровой средой.

Результаты эмпирического изучения цифрового неравенства

Цифровое неравенство первого уровня предполагает неравномерное распределение доступа к технологиям и Интернету среди различных социальных групп. Это неравенство часто зависит от таких характеристик, как доход, образование, возраст, место проживания и может оказывать значительное влияние на социальные и экономические перспективы пожилых людей.

По состоянию на 2023 год в Республике Беларусь проживает 1 661 413 человек пожилого возраста и 535 625 человек старше 75 лет.

В 2022 году 89,5 % населения Беларуси пользовались Интернетом. При этом количество пользователей постоянно увеличивается (в 2013 году данный показатель составлял 58,4 %) <sup>5</sup>. Количественная оценка показала изменение доли интернет-пользователей среди пожилого населения Беларуси. Если в 2016 году ежедневно пользовались Интернетом 14,8 % пожилых людей, то к 2021 году этот показатель практически удвоился и составил 28,2 %.

Согласно данным социологического исследования, в 2022 году уже практически половина пожилых людей (43,9 %) ежедневно пользовалась Интернетом. Вместе с тем этот показатель значительно ниже, чем у других возрастных групп. Так, 73,4 % населения Беларуси пользуются Интернетом ежедневно, наиболее активные пользователи – люди 18–24 и 25–44 лет (Таблица 1). Взаимосвязь между возрастом пользователей и частотой использования Интернета отражена в расчетах соответствующих коэффициентов ( $V = 0,301$ , коэф. сопряженности = 0,516 при  $p < 0,01$ ). Соответственно, частота использования Всемирной сети может служить индикатором как различий в доступе к технологиям, обеспечивающим связь, так и косвенной разницы в практиках применения.

Больше всего россияне смотрят по телевизору сериалы (26% телепросмотра), развлекательный и социально-политический контент (по 14%), новости и кино (по 12%) (Ачкасова, 2023). При этом чем старше аудитория, тем заметнее ее интерес к социально-политическим передачам и новостям: как видно из таблицы, больше всего этим контентом интересуется аудитория 55+ (Таблица 1).

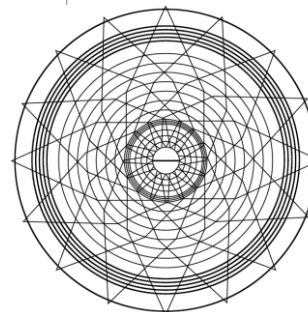
<sup>5</sup> Национальный статистический комитет Республики Беларусь. (н.д.). Удельный вес населения, использующего сеть Интернет. Дата обращения: 31 марта 2023.

<http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=226247>

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ



**Таблица 1.**

Частота использования Интернета в разных возрастных группах в 2022 г., в %.

Частота использования Интернета	Возрастная группа					
	18–24	25–44	45–59	60–74	75–99	Всего
Практически каждый день	90,9	92,6	74,3	43,9	8,0	73,4
Не реже 1–2 раз в неделю	4,0	3,2	12,4	12,6	8,0	7,9
Не реже одного раза в месяц	1,7	0,7	2,0	4,0	2,7	1,9

Взаимосвязи между частотой использования Интернета с такими социально-демографическими характеристиками, как пол респондентов и тип населенного пункта, в котором они проживают, не было выявлено.

А вот образование является в этом отношении важным фактором. Была установлена статистически значимая связь между уровнем образования пожилых пользователей и частотой использования ими Интернета ( $V = 0,2$ ; коэф. сопряженности =  $0,3$  при  $p < 0,01$ ). Показательна разница между долей пользователей с высшим уровнем образования (56,7 %) и долей пользователей старшего возраста с базовым образованием (13,3 %) (Таблица 2). Среди респондентов, отметивших, что никогда не пользовались Интернетом, подавляющее большинство составили люди с базовым, общим средним и профессионально-техническим или средне-специальным образованием.

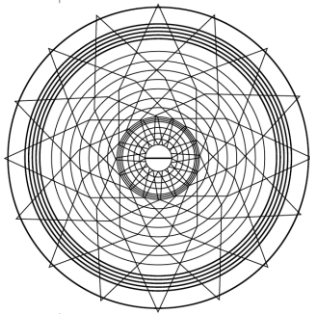
**Таблица 2.**

Частота использования сети Интернет в зависимости от уровня образования пожилых людей, в %.

Уровень образования	Практически каждый день	Не реже 1-2 раз в неделю	Не реже 1 раза в месяц	Никогда
Базовое (до 9 классов)	13,3	13,3	6,7	60,6
Среднее общее (11 классов)	30,6	8,2	7,1	51,0
Профессионально-техническое, среднее специальное	44,8	13,3	2,2	35,9
Высшее	<b>56,7</b>	<b>15,0</b>	3,9	18,9

Также была обнаружена статистическая связь ( $V = 0,2$ ; коэф. сопряженности =  $0,3$  при  $p < 0,01$ ) между осуществлением трудовой деятельности и практиками использования Интернета. Среди работающих пожилых людей доля пользователей Всемирной сети составляет 59,1 %, среди работающих пенсионеров – 67,8 %. В когорте пожилых людей, не занимающихся трудовой деятельностью, ежедневно используют интернет 31,9 %.

С учетом вышеизложенного можно предположить, что характеристиками, отражающими цифровое неравенство первого уровня, для пожилых людей в Беларуси являются: факт использования/не использования Интернета, уровень образования и включенность в трудовую деятельность.



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

Вместе с тем, принятие и использование новых устройств или платформ во всем их многообразии может сдерживать людей старшего возраста, особенно когда это касается использования различных типов технологий одновременно (например, компьютеров, смартфонов, микродатчиков здоровья, специализированных программ и т. д.) (Varportzis et al., 2017). Авторы рассматривали владение цифровыми (и аналоговыми) устройствами как еще один индикатор вовлеченности пожилых людей в цифровую среду.

При анализе наличия цифровых устройств у пожилых людей было установлено, что чаще всего они имеют телевизор (98,1 %) и/или смартфон, мобильный телефон (84,6 %). Компьютером или ноутбуком владеют 45,4 %. Треть пожилых людей имеют отдельное устройство, обеспечивающее выход в Интернет (модем, ADSL-модем). Среди аналоговых устройств заметное место заняли фотоаппарат (20,4 %) и радиоприемник (20,0 %) (Таблица 3).

**Таблица 3.**

Наличие цифровых устройств у пожилых людей в Беларуси, в %.

Устройства	Всего	Пользуются Интернетом	Не пользуются Интернетом
Телевизор	98,1	62,0	35,4
Мобильный телефон/смартфон	84,6	68,2	29,2
Компьютер/ноутбук/планшет	45,4	88,4	10,5
Устройство (отдельное), обеспечивающее доступ в Интернет (модем, ADSL-модем)	30,2	80,3	18,1
Фотоаппарат (как отдельное устройство)	20,4	78	19,8
Радиоприемник (как отдельное устройство, не в телефоне или автомобиле)	20,0	57,2	40,5
Спутниковая антенна («тарелка»)	9,7	78	19,5
Стационарное устройство для прослушивания аудиозаписей (магнитола, колонка и т. п.)	9,5	92,5	7,5
Устройство для чтения электронных книг (как отдельное устройство)	4,8	85,0	15,0
Видеокамера (как отдельное устройство)	4,0	76,5	17,6
Мобильное устройство для прослушивания аудиозаписей (CD-плеер, MP3-плеер)	3,6	90,7	13,3
Игровая консоль/приставка	3,1	92,3	7,7

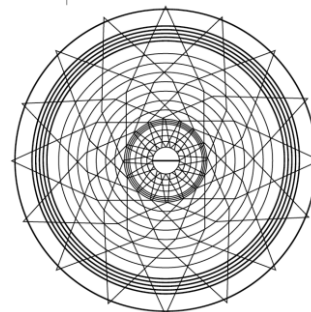
Было установлено, что пожилые люди, являющиеся пользователями Интернета, значимо чаще обладают цифровыми устройствами, чем те, кто Интернет не использует<sup>6</sup> (Таблица 3), что подтверждает факт наличия цифрового неравенства первого уровня среди этой группы населения.

<sup>6</sup> Наиболее значимые статистические различия были обнаружены во владении такими устройствами, как компьютер/ноутбук/планшет ( $V = 0,575$ ; коэф. сопряженности = 0,499 при  $p < 0,01$ ), мобильный телефон/смартфон ( $V = 0,314$ ; коэф. сопряженности = 0,3 при  $p < 0,01$ ), устройство, обеспечивающее доступ в Интернет (модем, ADSL-модем) ( $V = 0,3$ ; коэф. сопряженности = 0,3 при  $p < 0,01$ ), стационарное

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ



Помимо доступа к Интернету, фактором, влияющим на обладание различными устройствами, является уровень образования. Пожилые люди с высшим образованием чаще имеют более широкий набор цифровых устройств. Для них в большей мере характерно владение компьютером, ноутбуком, смартфоном ( $V = 0,2$ ; коэф. сопряженности =  $0,2$  при  $p < 0,01$ ) (или мобильным телефоном, что мы можем считать скорее необходимостью, чем самостоятельным выбором) фотоаппаратом, радиоприемником и устройством для чтения электронных книг (Таблица 4). Владельцами игровой консоли (приставки) были только пожилые люди с профессионально-техническим, средним специальным или высшим образованием.

**Таблица 4.**

Наличие цифровых устройств у пожилых людей в Беларуси в зависимости от уровня образования, в %.

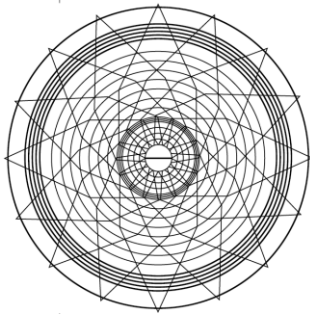
Устройства	Базовое (до 9 классов)	Среднее общее (11 классов)	Проф. тех., среднее специальное	Высшее	Всего
Телевизор	100	100	97,8	96,9	98,1
Мобильный телефон/ смартфон	73,3	82,7	84,5	87,4	84,6
Компьютер/ноутбук/ планшет	26,7	31,6	42,5	62,2	45,4
Устройство, обеспечивающее подключение к Сети (модем, ADSL-модем)	6,7	23,5	29,3	39,4	30,2
Фотоаппарат	6,7	12,2	22,1	26,0	20,4
Радиоприемник	-	15,3	21,5	23,6	20,0
Спутниковая антенна	-	7,1	13,3	7,9	9,7
Стационарное устройство для прослушивания аудиозаписей (магнитола, колонка и т. п.)	6,7	5,1	11,0	11,0	9,5
Устройство для чтения электронных книг	-	1,0	3,9	9,4	4,8
Видеокамера	-	3,1	3,3	6,3	4,0
Мобильное устройство для прослушивания аудиозаписей (CD-плеер, MP3-плеер)	-	2,0	2,8	6,3	3,6
Игровая консоль/приставка	-	-	3,9	4,7	3,1

Такие социально-демографические характеристики, как гендерная принадлежность и тип населенного пункта, в котором проживают пожилые люди, не оказывают значительного влияния на наличие у них цифровых устройств. Примечательно что владение устройством для чтения электронных книг более характерно для пожилых людей, проживающих в городе (5,9 %), чем для сельских жителей (1 %).

Можно отметить, что пожилые люди в целом используют достаточно ограниченный перечень устройств, хотя они могут улучшить качество их жизни,

---

устройство для прослушивания аудиозаписей (магнитола, колонка и т. п.) ( $V = 0,243$ ; коэф. сопряженности =  $0,234$  при  $p < 0,01$ )



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

помочь в повседневной деятельности и уменьшить изоляцию, сократить технологический разрыв между поколениями. Это может быть связано с тем, что внедрение, подключение и освоение устройств сопряжены с рядом трудностей (высокая стоимость подключения и обслуживания; проблемы с пониманием инструкций и отсутствием рекомендаций к такого рода устройствам, их техническим языком и «недружественным» для пожилых людей интерфейсом).

Исключение составляют телевизор и в особенности мобильный телефон (смартфон) (Таблица 4). Мобильный телефон, которым владеют 84,6 % пожилых людей в Беларуси, – это своего рода «посредник», который позволяет расширить возможности взаимодействия людей старшего возраста с членами семьи, родственниками, друзьями не только посредством телефонии, но и благодаря Интернету. Основные программные средства коммуникации пожилых людей в онлайн-пространстве – это мессенджеры (41,1 %) и социальные сети (33,7 %). Такие формы коммуникации, как интернет-телефония, форумы, чаты и блоги не пользуются у них большой популярностью (Таблица 5). Доля пожилых людей, отметивших, что им не доводилось общаться онлайн в течение последнего года, составляет 38,2 %. Среди них больше жителей села (48,0 % против 35,3 % городских жителей). (Таблица 5). Можно предположить, что изменение данной ситуации произойдет со вступлением в зрелый возраст поколения, уже имеющего навыки использования соответствующих технологий, устройств и программ.

**Таблица 5.**

Способы общения пожилых людей в сети Интернет, в %.

Способ общения	Доля
В мессенджерах (Viber, WhatsApp)	41,1
В социальных сетях	33,7
По электронной почте	13,8
Через интернет-телефонию (Skype)	8,8
На форумах, в чатах	5,2
В блогах, дневниках	1,2
Не приходилось общаться в Интернете	38,2

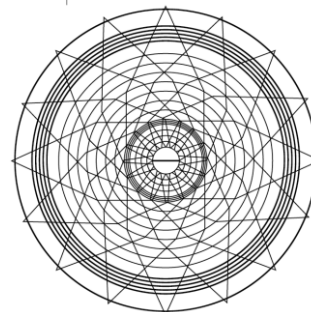
Пожилые люди с высшим образованием чаще используют различные устройства и приложения для общения в Интернете. При этом среди тех, кому в течение последнего года не приходилось общаться в Интернете, преобладают люди с базовым образованием (66,7 %). Для пожилых людей с высшим образованием данный показатель составляет лишь 22,0 %.

Настоящее исследование показывает, что пожилые горожане чаще пользуются социальными сетями и мессенджерами по сравнению с жителями сельской местности. Согласно полученным данным, значительная часть пожилых горожан (62,8 %) использует эти платформы для общения. Наиболее популярной социальной сетью среди этой возрастной группы является «Одноклассники» (30,9 %), а самым распространенным мессенджером – Viber (50,6 %). Достаточно популярен видеохостинг YouTube (24,2 %). Такие социальные сети, как Twitter и

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



LinkedIn, не нашли широкого распространения у пожилых людей. Кроме того, стоит отметить, что пожилые люди, являющиеся активными пользователями социальных сетей и мессенджеров, преимущественно имеют высшее образование (74,8 % пользователей). Они чаще используют такие сервисы, как «Одноклассники», «Телеграм», Facebook, TikTok, Instagram. Также было установлено, что чем выше уровень образования пожилых людей, тем чаще в своих практиках они используют YouTube и Viber ( $V = 0,24$ ;  $r$ -Пирсона = 0,24 при  $p < 0,01$ ). Существует значимая отрицательная связь между уровнем образования и использованием социальных сетей и мессенджеров: чем выше уровень образования у пожилых людей, тем меньше среди них тех, кто не пользуется социальными сетями и мессенджерами ( $r$ -Пирсона = -0,24 при  $p < 0,01$ ).

Навыки и практики пользования цифровыми сервисами, услугами и устройствами – еще один индикатор способности пожилых людей овладевать технологиями и органично «вписывать» их в свою жизнь. В рамках исследования были изучены характерные для пожилых жителей Беларуси практики пользования и виды деятельности в Интернете. Среди перечня действий, которые представителям рассматриваемой группы приходилось совершать в Сети за прошедший год, лидирующие позиции занимали чтение новостей и использование поисковых сервисов (48,9 % и 35,6 % соответственно). Кроме того, исследование позволило выявить долю пожилых людей, которые используют различные сервисы и услуги, включая электронную почту (16,6 %), загрузку и обмен мультимедийным контентом (15,2 %), а также онлайн-банкинг для управления финансовыми операциями (14,7 %). Менее распространены среди людей старшего возраста потребление мультимедиа посредством загрузки или потокового вещания (14 %) и покупка товаров или услуг через онлайн-магазины (12,8 %).

**Таблица 6.**

Действия, совершаемые пожилыми людьми в Сети, в %.

Перечень действий	Доля
Чтение новостей	48,9
Использование поисковых сервисов («Яндекс», Google и т. п.)	35,6
Пользование электронной почтой	16,6
Публикация своих фотографий, видео	15,2
Управление банковским счетом через Интернет (интернет-банкинг)	14,7
Скачивание, прослушивание аудио или видео	14,0
Покупка, заказ товаров/услуг в онлайн-магазинах	12,8
Видео- или мобильные игры	8,8
Скачивание, обновление программного обеспечения	5,9
Оплата товаров/услуг	5,5
Поиск работы через специализированные сайты	5,2
Использование облачных сервисов (хранилищ данных)	3,1
Написание электронных обращений в государственные органы/службы	1,7
Создание собственных интернет-страниц (сайтов, блогов, дневников)	1,0





## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

Анализ данных показал, что пожилые люди обычно занимаются деятельностью, требующей минимальных (базовых) технических навыков, о чем свидетельствует малый процент респондентов, занимающихся такими видами деятельности, как создание собственных веб-страниц (1 %), написание/подача электронных писем в государственные учреждения и службы (1,7 %) или использование облачных хранилищ данных (3,1 %) (Таблица 6).

Набор действий, совершаемых в цифровой среде, зависит от таких социально-демографических характеристик, как пол, образование, трудовая деятельность и тип населенного пункта, в котором проживает человек. Так, пожилые женщины чаще, чем пожилые мужчины, размещают свои фотографии или видео в Интернете (18,6 % против 9,8 %).

Пожилые люди, проживающие в городе чаще, чем их ровесники в сельской местности, читают новости в Интернете, покупают или заказывают товары, услуги в онлайн-магазинах, используют интернет-банкинг для управления банковским счетом. При этом половина (51 %) пожилых жителей села в принципе не пользуются Интернетом, что выше аналогичного показателя у городских жителей (36,5 %). Доля респондентов, проживающих в сельской местности, которые затруднились выбрать из перечня набор действий, совершаемый ими онлайн, составил 9,2 %, тогда как среди горожан аналогичный показатель составляет лишь 4 %.

Необходимо отметить влияние уровня образования на структуру действий, осуществляемых респондентами онлайн. Чем выше уровень образования у пожилых людей, тем чаще они читают новости в Интернете, пользуются поисковыми сервисами, скачивают или обновляют программное обеспечение, пользуются электронной почтой, размещают фотографии или видео, покупают или заказывают товары и услуги в онлайн-маркетплейсах, пользуются интернет-банкингом. При этом, чем ниже уровень образования у пожилых людей, тем уже перечень осуществляемых ими действий онлайн. Доля пожилых людей с базовым образованием, не использующих Интернет, составляет 66,7 %.

Одним из критериев, определяющих пользовательское поведение пожилых людей в Сети, является осуществление ими трудовой деятельности. Работающие представители этой группы чаще читают новости в Интернете, пользуются поисковыми сервисами, электронной почтой, интернет-банкингом.

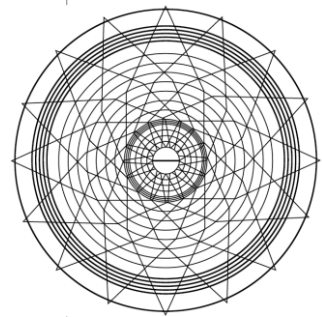
Представленные данные позволяют предположить, что люди старшего возраста, проживающие в городах и имеющие более высокий уровень образования, как правило, совершают более широкий перечень действий онлайн, то есть их навыки и практики разнообразнее. Вероятно, это связано с целым рядом причин, включая более широкий доступ к технологиям, более высокий уровень цифровой грамотности и большими возможностями для социального и профессионального взаимодействия.



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



### **Выводы**

В Беларуси наблюдается тенденция к увеличению количества пожилых людей, имеющих доступ к сети Интернет. Практически половина пожилых людей используют его в своих ежедневных практиках. Однако подавляющее большинство пожилых людей предпочитает ежедневно смотреть телевизор.

По результатам исследования было установлено, что гипотеза 1 о влиянии социально-демографических характеристик на использование Интернета пожилыми людьми подтвердилась частично. Частота использования Интернета связана с такими характеристиками, как возраст (чем старше респонденты, тем реже они пользуются Интернетом) и уровень образования (чем выше уровень образования, тем чаще пожилые используют Интернет в повседневных практиках). Кроме того, была обнаружена значимая статистическая связь между индикаторами/факторами «труда» (т. е. продолжением пожилыми людьми трудовой деятельности) и «использования Интернета», что подчеркивает влияние статуса занятости на практику и опыт применения цифровых технологий. Вместе с тем установлено, что пожилые пользователи Интернета владеют большим количеством цифровых устройств в сравнении с теми, кто им не пользуется.

Гипотеза 2 предполагающая, что тип населенного пункта выступает фактором цифрового неравенства, не подтвердилась. В рамках исследования не было установлено статистически значимых различий в количестве «подключений», владении цифровыми устройствами (исключение, электронные книги) или охвате онлайн-практик среди пожилых людей, проживающих в городской и сельской местности.

Гипотеза 3 о различиях в практиках использования Интернета пожилыми людьми с разным уровнем образования подтвердилась. Было установлено, что чем выше уровень образования у пожилых людей, тем выше спектр действий, осуществляемых ими в Интернете. При этом набор действий, совершаемых в цифровой среде, зависит также от таких социально-демографических характеристик, как пол, уровень образования, трудовая деятельность и тип населенного пункта.

Таким образом, результаты исследования позволяют говорить о том, что проблемы цифрового неравенства в Беларуси среди пожилых людей существуют. Уровень доступности услуг связи и Интернета, а также владения и пользования технологиями и устройствами, который продемонстрировали пожилые респонденты, характерен для модели «цифрового неравенства первого уровня». Индикаторами, которые позволили сделать такой вывод, выступили: образование, трудовая деятельность и сам факт использования/неиспользования Интернета.

Вместе с тем нельзя отрицать, что внедрение технологий в повседневные практики в равной мере зависит и от общего отношения человека к процессам технологической трансформации своего окружения, опыта освоения технологий, устройств или программ. Соответственно, в подходах к обучению, направленных на ознакомление пожилых людей с ИКТ, следует учитывать специфические



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*

особенности образа жизни, который ведут люди старшего возраста. Часто внедрение новых технологических устройств наиболее успешно осуществляется при помощи образовательных программ или обучающих курсов, а сам процесс обучения должен иметь целью укрепление доверия и сокращение разрыва в отношении работы с новыми технологиями.

### БЛАГОДАРНОСТЬ

Статья подготовлена в рамках гранта «Цифровое неравенство как фактор социального исключения пожилых людей в Республике Беларусь», финансируемого БРФФИ, № Г22М-007 от 4 мая 2022 г.

### БИБЛИОГРАФИЯ

Беликов, В. А. (2019). Характеристика этапов десоциализации личности в пожилом возрасте. Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета, (2), 210–227. <https://10.25588/CSPU.2019.68.35.015>

Беликов, В. А., Романов П. Ю., Валеев А. С., и Григорьев Е. Н. (2020). Деятельностный фактор предупреждения или смягчения десоциализации личности. Педагогика. Вопросы теории и практики, 5(6), 719–726. <https://doi.org/10.30853/ped200148>

Кучмаева, О. В. (2018). Социальная активность пожилых россиян и перспективы реализации политики «активного старения». Население и экономика, 2(4), 47–84. <https://doi.org/10.3897/popecon.2.e36060>

Примаков, Ю. А., Гизатова, И. А. (2012). Особенности социальной работы с пожилыми людьми. В М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, К. С. Лактионов, М. Г. Комогорцев, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, А. В. Котляров, и А. С. Яхина (ред.), Педагогическое мастерство (II). Сборник материалов международной заочной научной конференции «Педагогическое мастерство (II)» (с. 274–275). Буки-Веди. <https://moluch.ru/conf/ped/archive/22/>

Смолькин, А. (2014). Уважение к старости: социологическая концептуализация. Социология власти, (3), 31–43. <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=tfqjz>

Blank, G., Groselj, D. (2014). Dimensions of Internet use: Amount, variety, and types. Information, Communication & Society, 17(4), 417–435. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.889189>

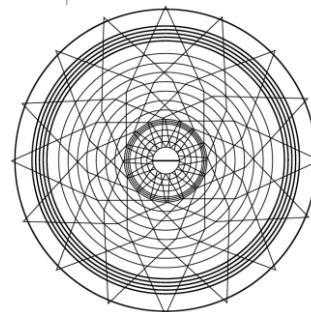
Ferreira, D., Vale, M., Carmo, R. M., Encalada-Abarca, L., & Marcolin, C. (2021). The three levels of the urban digital divide: Bridging issues of coverage, usage and its outcomes in VGI platforms. Geoforum, (124), 195–206. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.05.002>

Hargittai, E. (2002). Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. First Monday, 7(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



Hargittai, E. (2005). Survey measures of web-oriented digital literacy. *Social Science Computer Review*, 23(3), 371–379. <https://doi.org/10.1177/0894439305275911>

Hargittai, E., Hsieh, Y. P. (2011). Succinct survey measures of web-use skills. *Social Science Computer Review*, 30(1), 95–107. <https://doi.org/10.1177/0894439310397146>

Stevenson, S. (2009). Digital Divide: A Discursive Move Away from the Real Inequities. *The Information Society*, 25(1), 1–22. <http://dx.doi.org/10.1080/01972240802587539>

van Deursen, A. J. A. M., Helsper, E. J. (2015a). A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. *European Journal of Communication*, 30(2), 171–187. <https://doi.org/10.1177/026732311557805>

van Deursen, A. J. A. M., Helsper, E. J. (2015b). The Third-Level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online? *Communication and Information Technologies Annual*, (10), 29–52. <https://doi.org/10.1108/S2050-206020150000010002>

van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M. (2010). Measuring Internet skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(10), 891–916. <https://doi.org/10.1080/10447318.2010.496338>

van Dijk, J. A. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. SAGE Publications, Inc., <https://doi.org/10.4135/9781452229812>

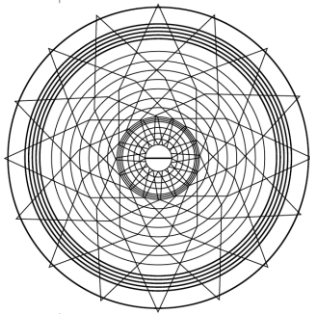
van Jaarsveld, G. M. (2020). The Effects of COVID-19 Among the Elderly Population: A Case for Closing the Digital Divide. *Frontiers in Psychiatry*, (11), Article 577427. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.577427>

Vaportzis, E., Clausen, M. G., & Gow, A. J. (2017). Older Adults Perceptions of Technology and Barriers to Interacting with Tablet Computers: A Focus Group Study. *Frontiers in Psychology*, (8), Article 1687. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01687>

Vehovar, V., Sicherl, P., Hüsing, T., & Dolnicar, V. (2006). Methodological Challenges of Digital Divide Measurements. *The Information Society*, 22(5), 279–290. <https://doi.org/10.1080/01972240600904076>

Warschauer, M., Matuchniak, T. (2010). New Technology and Digital Worlds: Analyzing Evidence of Equity in Access, Use, and Outcomes. *Review of Research in Education*, 34(1), 179–225. <https://doi.org/10.3102/0091732X09349791>

Yu, R. P., Ellison, N. B., McCammon, R. J., & Langa, K. M. (2016). Mapping the two levels of digital divide: Internet access and social network site adoption among older adults in the USA, 19(10), 1445–1464. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109695>



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

# THE PROBLEM OF DIGITAL INEQUALITY OF OLDER PEOPLE IN BELARUS: METHODOLOGICAL AND EMPIRICAL ANALYSIS

### **Voronina S. N.**

Researcher at the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus  
(Minsk, Belarus)  
[snevoron@gmail.com](mailto:snevoron@gmail.com)

### **Karmyzova D. D.**

Researcher at the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus  
(Minsk, Belarus)  
[dianadmkr@gmail.com](mailto:dianadmkr@gmail.com)

### **Abstract:**

The ubiquity of digital technologies has become a defining feature of modern culture, economics, politics, and society of modern type in general, which led to the emergence of an issue of involving all citizens into the digital environment. Against this background, the authors argue that the problem of integrating elderly people into the digital society requires more detailed consideration. The digital inequality phenomenon emerging in societies of modern type covers the spectrum of educational, social, economic, and cultural barriers that support and reproduce this form of inequality. Based on empirical research data, indicators reflecting the degree of elderly people's interaction with digital devices, technologies and services are defined. The results allow to conclude that place of residence, level of education and involvement in work activities have a positive impact on user's potential of elderly people.

**Keywords:** digitalisation, digital technologies, digital inequality, the elderly people

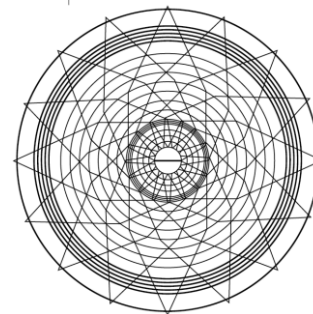
### **ACKNOWLEDGEMENT**

This article is part of the research project "Digital Divide as a Factor of Social Exclusion of the Elderly in the Republic of Belarus", funded by BRFFR, No. Г22М-007 dated May 4, 2022.

## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси: методологический и эмпирический анализ*



## REFERENCES

Belikov, V. A. (2019). Kharakteristika etapov desotsializatsii lichnosti v pozhilom vozraste. Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta, (2), 210–227. <https://10.25588/CSPU.2019.68.35.015>

Belikov, V. A., Romanov P. Yu., Valeev A. S., Grigor'ev E. N. (2020). Deyatel'nostnyy faktor preduprezhdeniya ili smyagcheniya desotsializatsii lichnosti. Pedagogika. Voprosy teorii i praktiki, 5(6), 719–726. <https://doi.org/10.30853/ped200148>

Kuchmaeva, O. V. (2018). Sotsial'naya aktivnost' pozhilykh rossiyan i perspektivy realizatsii politiki «aktivnogo stareniya». Naselenie i ekonomika, 2(4), 47–84. <https://doi.org/10.3897/popecon.2.e36060>

Primak, Yu. A., Gizatova, I. A. (2012). Osobennosti sotsial'noy raboty s pozhilymi lyud'mi. V M. N. Akhmetova, Yu. V. Ivanova, K. S. Laktionov, M. G. Komogortsev, V. V. Akhmetova, V. S. Brezgin, A. V. Kotlyarov, A. S. Yakhina (red.), Pedagogicheskoe masterstvo (II). Sbornik materialov mezhdunarodnoy zaachnoy nauchnoy konferentsii «Pedagogicheskoe masterstvo (II)» (ss. 274–275). Moskva: Buki-Vedi. <https://moluch.ru/conf/ped/archive/22/>

Smol'kin, A. (2014). Uvazhenie k starosti: sotsiologicheskaya kontseptualizatsiya. Sotsiologiya vlasti, (3), 31–43. <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=tfqjz>

Blank, G., Groselj, D. (2014). Dimensions of internet use: Amount, variety, and types. Information, Communication & Society, 17(4), 417–435. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.889189>

Ferreira, D., Vale, M., Carmo, R. M., Encalada-Abarca, L., Marcolin, C. (2021). The three levels of the urban digital divide: Bridging issues of coverage, usage and its outcomes in VGI platforms. Geoforum, (124), 195–206. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.05.002>

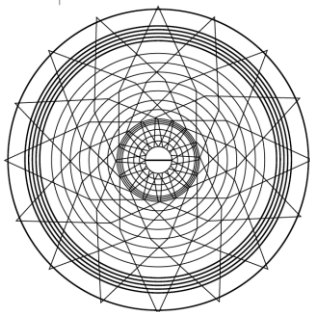
Hargittai, E. (2002). Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. First Monday, 7(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>

Hargittai, E. (2005). Survey measures of web-oriented digital literacy. Social Science Computer Review, 23(3), 371–379. <https://doi.org/10.1177/0894439305275911>

Hargittai, E., Hsieh, Y. P. (2011). Succinct survey measures of web-use skills. Social Science Computer Review, 30(1), 95–107. <https://doi.org/10.1177/0894439310397146>

Stevenson, S. (2009). Digital Divide: A Discursive Move Away from the Real Inequities. The Information Society, 25(1), 1–22. <http://dx.doi.org/10.1080/01972240802587539>

van Deursen, A. J. A. M., Helsper, E. J. (2015a). A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. European Journal of Communication, 30(2), 171–187. <https://doi.org/10.1177/026732311557805>



## [Научные статьи]

Воронина С. Н., Кармызова Д. Д.

*Проблема цифрового неравенства пожилых людей в Беларуси:  
методологический и эмпирический анализ*

van Deursen, A. J. A. M., Helsper, E. J. (2015b). The Third-Level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online? *Communication and Information Technologies Annual*, 10, 29–52. <https://doi.org/10.1108/S2050-206020150000010002>

van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M. (2010). Measuring internet skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(10), 891–916. <https://doi.org/10.1080/10447318.2010.496338>

van Dijk, J. A. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. SAGE Publications, Inc., <https://doi.org/10.4135/9781452229812>

van Jaarsveld, G. M. (2020). The Effects of COVID-19 Among the Elderly Population: A Case for Closing the Digital Divide. *Frontiers in Psychiatry*, 11, Article 577427. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.577427>

Vaportzis, E., Clausen, M. G., Gow, A. J. (2017). Older Adults Perceptions of Technology and Barriers to Interacting with Tablet Computers: A Focus Group Study. *Frontiers in Psychology*, 8, Article 1687. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01687>

Vehovar, V., Sicherl, P., Hüsing, T., & Dolnicar, V. (2006). Methodological Challenges of Digital Divide Measurements. *The Information Society*, 22(5), 279–290. <https://doi.org/10.1080/01972240600904076>

Warschauer, M., Matuchniak, T. (2010). New Technology and Digital Worlds: Analyzing Evidence of Equity in Access, Use, and Outcomes. *Review of Research in Education*, 34(1), 179–225. <https://doi.org/10.3102/0091732X09349791>

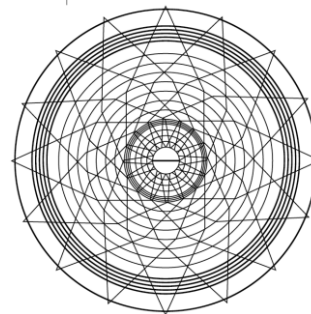
Yu, R. P., Ellison, N. B., McCammon, R. J., Langa, K. M. (2016). Mapping the two levels of digital divide: Internet access and social network site adoption among older adults in the USA, 19(10), 1445–1464. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109695>



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*



# КОНВЕРГЕНЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ШОУ В РОССИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАСШИРЕНИЕ АУДИТОРИИ

### **Попова В. В.**

магистр медиакоммуникаций, руководитель центра  
практики и проектной деятельности, помощник  
директора Института медиа  
Национального исследовательского университета  
«Высшая школа экономики»  
(Москва, Россия)  
[v.popova@hse.ru](mailto:v.popova@hse.ru)

### **Аннотация:**

За последний год в связи с событиями внутри страны и на международной арене возросла важность общественно-политического контента на всех площадках. Несмотря на увеличение эфирного времени, политические передачи на телевидении тем не менее испытывают сложности с привлечением к экрану новой молодой аудитории. Автор данного исследования ставит перед собой цель выявить и проанализировать механизмы конвергенции политических программ на ТВ и YouTube для увеличения аудитории телевизионных политических шоу.

В статье будут рассмотрены история возникновения и развития политических передач на телевидении, отличительные особенности контента на YouTube, проблемы измерения аудитории в медиасреде. В достижении заявленной цели помогает вторичный анализ данных о просмотре политических программ, интервью с экспертами отрасли, а также личный опыт автора в производстве передачи «Большая игра» на Первом канале. конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории

В качестве итогов исследования даны рекомендации для повышения популярности политических передач, а также их конвергенции. Автор приходит к выводу, что привлечь к телеэкранам молодежь практически не представляется возможным в силу их привычки медиапотребления. Однако при соблюдении ряда рекомендаций повышаются шансы расширить молодую аудиторию политических телепрограмм за счет их выхода на онлайн-платформах.

**Ключевые слова:** конвергенция медиа, политические передачи, телевидение, YouTube, измерение аудитории, мультимедиа



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

### **Процессы конвергенции и дивергенции в медиа**

За последнее десятилетие медиаиндустрия претерпела значительные изменения в связи с активным развитием социальных медиа, видеохостингов, онлайн-кинотеатров и других всевозможных сервисов. Телевидение теряет молодую аудиторию, для которой удобство потребления контента играет существенную роль. Однако ввиду своей специфики, контент в интернете пестрит кликбейтными заголовками, непроверенной информацией, откровенными фейками, распознать которые обычному пользователю не всегда удается. «На общероссийском уровне телерадиовещание является одним из основных инструментов укрепления государственного суверенитета, определения национальной идентичности, информирования общества об основных социально-экономических и культурных процессах», — так подчеркивает в отраслевом докладе роль индустрии генеральный директор ФГУП «РТРС» А. Ю. Романченко (2022). Поэтому стремление к удержанию и наращиванию аудитории политических телепередач обусловлено не только бизнес-задачами представителей медиарынка, но и необходимостью достижения институциональных целей, особенно в условиях текущей непростой геополитической ситуации.

Высокую популярность политических телепрограмм можно проследить еще до начала специальной военной операции. Согласно исследованию ВЦИОМ, самыми востребованными телепрограммами в 2020 г. стали передачи телеканала «Россия 1»: «Вести» и «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым» (по 6% соответственно), «60 минут» (5%) (ВЦИОМ, 2020). А после начала СВО, за период со 2-й по 21-ю неделю 2022 г. объем социально-политических передач стал на 35% выше, чем за аналогичный период 2021 г. (Литвиненко, 2022). Все эти факторы свидетельствуют об актуальности данного исследования.

Для начала обратимся к определению понятия «конвергенция». Изначально термин использовался в естественнонаучном контексте для объяснения эволюционных процессов. В медиаотрасли концепция конвергенции СМИ (от латинского *convergere* — приближаться, сходиться) возникла в конце прошлого века, подразумевая под собой «слияние» телевидения, радио, печатных СМИ и интернета в единую цифровую платформу, что изменило способы доступа к информации и ее потребления.

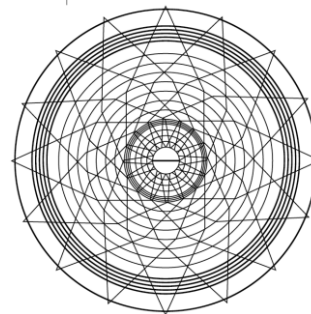
Исследователь медиа и профессор Массачусетского технологического института Генри Дженкинс утверждает, что конвергенция медиа стала результатом интеграции технологий, культуры и бизнеса, и что это влияет на способы создания, распространения и потребления контента. Конвергенция медиа также может включать в себя кооперацию разных медиапроизводителей, поиск новых систем медиафинансирования, а также изменчивое поведение аудитории, которая готова устремляться в поисках желаемых развлечений в любом направлении (Jenkins, 2006). В России вопросами конвергенции медиа задавались Е. Л. Вартанова (1999), И. В. Кирия, Н. Г. Лосева, К. Г. Коломеец, А. Г. Качкаева (в кн. «Журналистика и



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные», Качкаева, 2010).

Примеры конвергенции СМИ можно легко проследить практически с первых дней существования общедоступного интернета: газеты и журналы стали создавать сайты с электронными версиями статей, а радиостанции и телеканалы — транслировать контент онлайн. По мере технологического усовершенствования компьютеров, планшетов и смартфонов, а также с возникновением и ростом популярности социальных медиа эти процессы только углубились. Конвергенция медиа подразумевает под собой также глобальный доступ к контенту, сочетание разных форм и жанров, интерактивность и пользовательский контроль.

Значимость конвергенции медиа подчеркивается государственными инициативами. В частности, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ открыто выступает за этот процесс, стимулируя его на конкурсной основе. Яркий тому пример — прием заявок в 2023-м г. на господдержку электронных СМИ, имеющих социальное или образовательное значение (Господдержка, 2023).

Противоположным термину «конвергенция» является понятие «дивергенция», также впервые использованное в контексте биологии. Применительно к СМИ дивергенция означает ориентацию на некую узкую группу, когда СМИ становятся специализированными, фрагментированными, нацеленными на конкретную нишу (Downing, 2001). Это отражается в появлении тематических форумов, онлайн-сообществ по интересам, альтернативных источников новостей.

Дивергенция в СМИ является естественной реакцией на возрастающую сложность и разнообразие современного общества. Это дает людям возможность исследовать свои интересы и общаться с единомышленниками, поощряет иметь более широкий спектр мнений. Тем не менее, этот процесс может и негативно отражаться на обществе: если люди будут потреблять информацию исключительно из узконаправленных источников, поддерживающих только их текущие убеждения, это может привести к росту нетерпимости и конфликтов на почве разности взглядов. Процессы конвергенции и дивергенции в СМИ способствуют созданию сложного медиаландшафта, в результате чего удовлетворить запросы аудитории и удержать ее становится все сложнее.

### **Появление и развитие политических телепрограмм**

Зарождение политических телепрограмм происходит в 40-х–50-х гг. прошлого века в США, а в СССР — в 1960-х гг. В СССР была сформирована модель государственного телевидения, где правительство выступало единственным учредителем телеканалов. В такой среде зародилась политическая журналистика, которая служила рупором советской власти (Кузнецов, 2002).

В середине 1970-х гг. на советском телевидении стали появляться первые «более свободные» политические передачи. Одной из них была передача «9 студия» (1974–1988) с Валентином Зориным. Экспертами программы становились общественные деятели, ученые, журналисты, международные политики. Передачу



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

четырежды закрывали, но запускали вновь из-за высокой популярности у зрителей.

Важно отметить, что к концу 1981 г. телевизионные передачи были доступны почти всем жителям страны: ежедневно сигнал принимали более 75 млн телеэкранов, то есть телевизор смотрело более 230 млн зрителей, что составляло 88% советских граждан, передачи транслировались на 40 языках народов СССР, а более чем в 80 городах телевидение было цветным (Кузнецов, 2002). К 1985 г. телевизионное вещание в СССР охватывало практически всю страну — 93% населения (Кузнецов, 2002).

После объявления М. С. Горбачевым перестройки, на смену «9 студии» пришли «Недипломатические беседы» того же Валентина Зорина и ряд других политических передач: «Международная панорама», «До и после полуночи», «Взгляд», «Двенадцатый этаж» (Кузнецов, 2002). Передачи этого периода отличались более открытым обсуждением острых тем, яркой дискуссионностью, необычной подачей материала, нестандартной структурой, прямыми репортажами с мест событий.

1990-е стали эпохой максимальной свободы медиа в России, что способствовало росту разнообразия жанров и мультимедийных элементов в политических программах. Конституцией РФ были гарантированы свобода мысли и слова, запрещена цензура, а также закреплено право граждан «свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом», (Конституция РФ, 1993/2020). Несмотря на такое многообещающее положение дел, СМИ столкнулись с проблемами выживания в условиях рыночной экономики и влияния частного бизнеса на их деятельность.

Одной из политических программ «новой формации» стала программа «Итоги» (1993–2001) с Евгением Киселевым<sup>1</sup> на телеканале НТВ. По мнению журналиста и телевизионного критика А. Мельмана, «Итоги» — «лучшее, что сделал г-н Киселев на нашем ТВ... Это на самом деле был политический анализ в чистом, дистиллированном виде, не загрязненный никакими примесями» (Мельман, 2019). Программа была очень популярной и привлекала зрителей выступлением таких значимых фигур мировой политики, как Б. Ельцин, М. Горбачев, Б. Клинтон, Р. Никсон, М. Тэтчер, Т. Блэр, Б. Нетаньяху и А. Шарон. И все же некоторые критики отмечали, что содержание программы порой было слишком субъективным, а форма подачи материала неинтересной, в результате чего появилась пародийная программа «Итого» (1997–2002), которая затрагивала те же темы, но в более острой и сатирической форме. Бесменным ведущим программы был Виктор Шендерович<sup>2</sup>. Он же писал сценарии для русскоязычной версии другой популярной сатирической передачи о политике — «Куклы» (идея была заимствована у французов, передача выходила на НТВ в 1994–2002 гг.) (Козина, 2011).

<sup>1</sup> Признан физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента.

<sup>2</sup> Признан физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента.

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



В начале 2000-х обсуждение актуальной политики происходило и в передаче Леонида Парфенова «Намедни» на НТВ. Выпуск от 27 октября 2002 г., посвященный обсуждению теракта на Дубровке в Москве, получил рейтинг 17% и долю 35%, что является рекордно высокими показателями для аналитической программы (Бородина, 2010).

Исследователь журналистики Е. Козина (2011) обобщает период работы телеканала НТВ в 1993–2001 гг. как время, когда журналисты утвердили новый формат и новый стандарт информационного вещания, работая под девизом «новости — наша профессия». Однако после 2000 г. наиболее влиятельные телеканалы стали государственными или коммерческими и, как отмечает исследователь В. Третьяков, подлинная политическая журналистика в таких условиях становится невозможной, и все политические программы, транслируемые сегодня, скорее представляют собой шоу, чем журналистский продукт: «Массовая политика сегодня — это театрализованная политика, виртуальная политика, карнавальная политика», и главный ее спектакль — выборы (Третьяков, 2015). И все это сходится в одной точке, точнее линзе — телевидении: «То, что показывают сегодня по телевидению, то и есть современная политика для масс», — пишет В. Третьяков (2015).

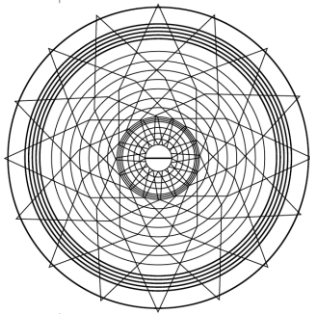
Таким образом, политические программы с момента их появления на телевидении претерпели значительные изменения. Первоочередную роль в этом, конечно, играет политическая обстановка внутри страны и юридическое регулирование. Однако свою лепту (как и для всего телевидения в целом) несомненно внесли новые технологии, улучшение работы операторов и осветителей, развитие методов постпродакшена, использование компьютерной графики и спецэффектов, качество изображения и переход на цифровое вещание.

### **Особенности YouTube-контента: от неприятия телевидения к подражанию**

Важную роль в процессе медийной конвергенции сыграло появление YouTube. Официальный запуск компании произошел в феврале 2005. В России широкое распространение платформа получила в 2007 г. после того, как видеохостинг приобрела компания Google (Dickey, 2013).

Изначально видео на платформе носили исключительно развлекательный характер, а креаторы в массе своей были непрофессионалами в области создания контента (Dickey, 2013). Именно на этом этапе формируются основы непохожей на телевизионную эстетики видеоблогинга. Многие ролики отличались низким качеством, нарушались принципы построения кадра, базовые правила съемки и монтажа, присутствовала намеренная небрежность. Videоблогеры общались с аудиторией напрямую и использовали много чужого пользовательского контента, чтобы стать «своими» для зрителей.

Постепенно с ростом популярности YouTube росло и мастерство блогеров, свои каналы на платформе заводили эксперты, журналисты, общественно-политические деятели, телеканалы, и YouTube постепенно стал выполнять задачи классического телевидения. Рост числа блогеров способствовал развитию



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

жанрового разнообразия: на платформе появились видео в формате опросов, интервью, разоблачений, социальных экспериментов, стримы. Запуск монетизации и рекламы подтолкнул блогеров делать более профессиональный контент, выгодно отличающий их от конкурентов, для многих хобби превратилось в работу (Dickey, 2013).

Вместе с тем росла аудитория сервиса: в 2020 г. 77% населения России смотрели YouTube. Согласно данным, опубликованным журналом Forbes, в пятерку самых высокодоходных каналов 2020 г. вошли: LABELCOM, Wylsacom, «Чикен Карри», «вДудь»<sup>3</sup>, «Лапенко» (Ляликова, 2020). Как мы видим, среди лидеров по привлечению зрительского внимания по-прежнему оставался развлекательный контент, однако наметилась тенденция на популярность журналистских жанров («вДудь»).

В этот момент ряд исследователей и представителей медиаиндустрии задались вопросом, насколько корректно говорить о конкуренции классического телевидения в России и каналов на YouTube. Так, например, генеральный директор холдинга «Медиа-1» Ян Кухальский считает, что YouTube не представляет риска для линейного телевидения: «Количество потребителей видеоконтента в интернете продолжает расти. С 2015 по 2020 г. прирост составил с 64% до 88%, а в возрастных группах 15–24 года и 25–34 года более 90% россиян смотрят видео в интернете. При этом контент телеканалов и в целом линейное ТВ также являются одним из существенных факторов данного роста. Это видно по цифрам просмотра ТВ-контента в YouTube, в соцсетях и в большинстве видеосервисов. По экспертным оценкам, общее время просмотра было бы на 3–5% выше, если к нему добавить просмотры телеканалов в приложениях OTT-сервисов» (Егорова, 2021).

В свою очередь исследователь А. М. Шестерина (2021) подчеркивает факт перетекания аудитории телевидения на YouTube, отмечая как ключевой фактор качественный рост продукции блогеров и приход на платформу профессиональных журналистов. Мы согласны с этим, однако считаем важным подчеркнуть концептуальное, на наш взгляд, отличие между YouTube и телевидением (помимо принципиально разного юридического регулирования): авторы YouTube-каналов имеют возможность самостоятельно выбирать тематику сообщений, манеру и стиль повествования, выражать свою позицию, приглашать любых ведущих и экспертов. С одной стороны, это приводит к высокой степени ангажированности (особенно в части политического контента), с другой — создает впечатление, будто на YouTube рассказывают то, что скрывают официальные СМИ (тем более блогеры любят подчеркивать отсутствие цензурных ограничений).

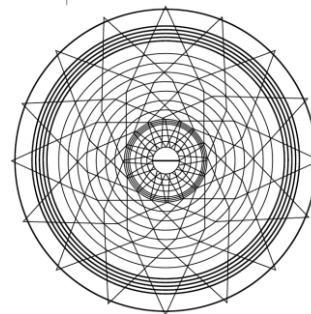
В свете сложной ситуации в России и мире политические каналы приобретают все большую популярность на YouTube. Авторы таких каналов зачастую экспрессивно комментируют события, пересказывают новости, открыто выражают свою личную позицию. Нередко такой анализ сопровождается юмористическими

<sup>3</sup> Автор канала Юрий Дудь признан лицом, выполняющим функции иностранного агента.

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



видеовставками, шутками ведущего, мемами, за счет чего подача отличается крайней степенью субъективности.

Несмотря на то, что сами YouTube-блогеры зачастую противопоставляют свой контент телевизионному, процесс его создания сегодня во многом схож с телепроизводством: над выпуском может работать полноценная редакция, а его визуальное качество даже превосходить качество ТВ-съемки. Блогеры, изначально отрицавшие телевизионные стандарты, сами начали их перенимать, чтобы оставаться востребованными в высококонкурентной среде.

### **Проблема достоверности и прозрачности измерения аудитории в мультимедийной среде**

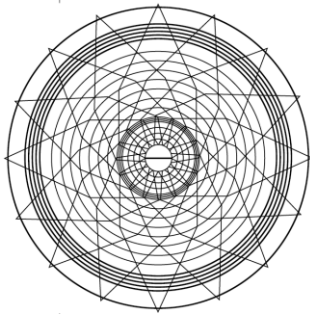
YouTube позволяет блогерам отслеживать статистику в личном кабинете, который называется «Творческой студией». В разделе «Аналитика» видны данные о количестве просмотров за выбранный период, общее время просмотра видеороликов на канале, количество подписчиков, а также динамика пользовательской вовлеченности (Справочный центр YouTube, н. д.). Подобная статистика доступна как в целом по каналу, так и по отдельным видео — блогеры могут анализировать глубину просмотра того или иного ролика, статистику зрительских реакций и уровень CTR (click-through rate — коэффициент кликабельности).

Как отмечается на официальном сайте компании, CTR и продолжительность просмотра ролика являются ключевыми показателями на YouTube: чем они выше, тем чаще видео будет попадать в раздел рекомендаций и тем большее число пользователей его посмотрит, что в свою очередь привлечет рекламодателей на канал. По данным самой площадки, средний показатель CTR для подавляющей части загруженных видео составляет от 2 до 10% (Справочный центр YouTube, н. д.).

На возможность попадания в рекомендованные видео влияет и ряд других показателей: количество лайков и дизлайков, комментарии пользователей, репосты видео, т. е. преимущественно интерактивное взаимодействие пользователей с контентом.

Что касается измерения телесмотрения в СССР, до 1960-х информацию о размерах аудитории получали из статистических отчетов (о техническом распространении телевидения, о продажах телеприемников), а также через анализ писем телезрителей. Чуть позднее, когда произошел всплеск оснащённости семей телевизорами, к этим данным добавились социологические исследования (Ермолаева и Палванова, 2017).

После распада СССР и принятия «Закона о СМИ» впервые разрешалось использовать на телевидении рекламу как источник дохода. Рекламодателям стали необходимы подробные данные о телесмотрении. Это способствовало появлению на рынке коммерческих исследовательских компаний, но методика измерения не была унифицирована, что приводило к искажению результатов (Ермолаева и Палванова, 2017). В итоге, в 2016 г. в соответствии со статьей 24.2 Закона «О



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

средствах массовой информации» Роскомнадзором был выбран единый телеизмеритель. На текущий момент уполномоченной организацией по исследованию объема аудитории является компания Mediascope.

Телесмотрение измеряется с помощью пиплметров, установленных в домохозяйствах панельной выборки, а главными статистическими показателями являются рейтинг и доля телепрограммы. Несмотря на совершенствование системы телеизмерения и включение в статистику дачного просмотра, а также населенных пунктов с числом жителей менее 100 тыс. человек (Mediascope начала поставку данных, 2020), методика подсчетов Mediascope часто подвергается экспертной критике представителей медиаиндустрии. В частности, отрасль не устраивает небольшой объем панельной выборки и тот факт, что для цифровой среды учитываются просмотры только с компьютеров и ноутбуков (Телевидение, н. д.).

Таким образом, в отличие от системы измерения телевизионного просмотра, статистика в личном кабинете YouTube позволяет отследить и проанализировать больше метрик, выдвинуть предположения, почему аудитория взаимодействует с определенным контентом (и даже конкретными частями видео) наиболее или наименее активно. Однако следует помнить, что, в отличие от системы телеизмерения, статистика на YouTube может быть значительно искажена из-за «накрутки» просмотров видео, и проверить это без доступа к личному кабинету почти невозможно.

«Конфликт поколений» как основной препятствующий фактор расширения аудитории политических программ на ТВ

Согласно отчету компании Mediascope за 2022 г., телевидение по-прежнему сохраняет лидирующие позиции: 97% населения смотрят телевизор хотя бы раз в месяц, 88% — хотя бы раз в неделю, 63% — ежедневно, а среднее время просмотра составляет около 3 ч. 50 мин. в день (Ачкасова, 2023).

**Таблица 1.**

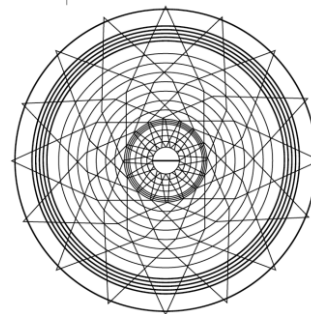
Процент времени просмотра социально-политического и новостного контента от всего времени просмотра ТВ среди населения (вся Россия, просмотр дома и на даче) (Ачкасова, 2023)

Возрастная категория	Социально-политический контент	Новости
4–17	4%	4%
18–34	6%	7%
35–54	11%	11%
55+	19%	15%

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



Больше всего россияне смотрят по телевизору сериалы (26% телепросмотра), развлекательный и социально-политический контент (по 14%), новости и кино (по 12%) (Ачкасова, 2023). При этом чем старше аудитория, тем заметнее ее интерес к социально-политическим передачам и новостям: как видно из таблицы, больше всего этим контентом интересуется аудитория 55+ (Таблица 1).

Растут и цифры просмотров видеоконтента в интернете. 78% населения использует интернет каждый день. В среднем россияне проводят онлайн около 4 часов ежедневно и 18% от этого времени тратят на просмотр видео (Ачкасова, 2023). Крупнейшей видеоплощадкой в стране остается YouTube: в октябре 2022 г. его каждый день посещали около 41% населения страны старше 12 лет с десктопных или мобильных устройств, проводя на площадке 86 минут (Бороздина, 2022).

6% от всех поисковых запросов на YouTube в прошлом году составлял социально-политический контент (Ачкасова, 2023). Таким контентом в первой половине 2022 г. преимущественно интересовалось население старше 45 лет — до 28% всех поисковых запросов на площадке в этой возрастной категории (для сравнения в возрастной группе 18–24 года этот показатель составлял в среднем 6%) (Бороздина, 2022).

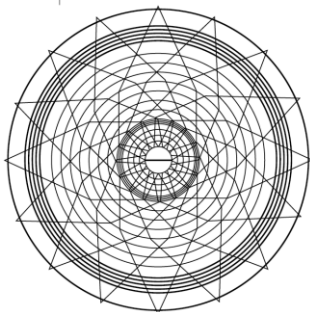
Несмотря на популярность телевидения в целом, исследования показывают, что просмотр телепередач среди молодого населения (18–24) падает стремительнее, чем среди других возрастных групп. Так, в 2022 г. время просмотра телевизора у этого сегмента аудитории сократилось на 10% (Россия, 100+) по сравнению с 2021 г. (Ачкасова, 2023). Молодежь закономерно все больше предпочитает потреблять информацию через интернет: это быстро и удобно, смартфон всегда находится под рукой, а лента предлагает персонализированный контент.

Если еще десятилетие назад считалось, что интерес аудитории до 30 лет к политическому контенту невелик, то сейчас, особенно с учетом происходящих в России и мире событий, это утверждение кажется неактуальным. На наш взгляд, конфликт поколений и снижение интереса к традиционным форматам медиа являются главными факторами, которые препятствуют расширению аудитории политических программ на ТВ.

### **Вторичный анализ данных для выявления пиков зрительского просмотра**

Для ответа на вопрос, как распределяется аудитория политических программ на телевидении и на платформе YouTube, нами был проведен вторичный анализ данных Big TV Rating компании Mediascope и анализ пиковых точек просмотра политического контента на YouTube.

Мы провели анализ контента и данных в два этапа: за период с 31 мая по 9 июня 2022 г., а также за период с 1 января по 31 марта 2023 г. В ходе анализа мы попытались установить, существует ли взаимосвязь между увеличением и уменьшением аудитории в зависимости от использования в передачах различных мультимедийных элементов.



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*

Для телеэфира объектами нашего исследования на обоих этапах выступили передачи Первого канала («Большая игра», «Время покажет») и телеканала «Россия 1» («Вечер с Владимиром Соловьевым», «60 минут»).

**Таблица 2.**

Пример вторичного анализа данных о просмотрении телевизионных политических программ

Название программы, дата выхода в эфир	Пиковые точки на ТВ (по Москве)	Пиковые точки на ТВ (по России)	Низшие точки на ТВ (по Москве)	Низшие точки на ТВ (по России)
«Большая игра», 25.01.2023	20:12 Share 12 TVR 3,3	20:12 Share 12 TVR 3,2	20:42 Share 7,9 TVR 2,2	20:18 Share 8,9 TVR 2,4
	Прямое включение корреспондента из зоны СВО		Дискуссия в студии, выступление Николая Вавилова	
«Вечер с Владимиром Соловьевым» 14.02.2023	23:52 Share 28 TVR 5,2	23:28 Share 24,3 TVR 4,9	23:34 Share 18 TVR 3,9	23:21 Share 19,8 TVR 4,3
	Владимир Соловьев высказывает личное мнение о происходящем		Начало передачи и реклама	
«60 минут» 10.03.2023	11:38 Share 24 TVR 2,7	11:44 Share 17 TVR 2,8	12:38 Share 19,5 TVR 2,3	11:21 Share 15,6 TVR 2,4
	Новые заявления западных лидеров		Начало передачи и реклама	
«Время покажет» 20.03.2012	15:27 Share 7,3 TVR 1	15:33 Share 6,4 TVR 1,6	15:24 Share 6 TVR 0,8	15:49 Share 5 TVR 1,3
	Персональный зрительский интерес к разным темам			

В ходе анализа мы выяснили, что повышенный интерес зрители проявляют к эфирам Владимира Соловьева, а пиковые точки телепередачи приходятся на моменты высказывания ведущим своей позиции. На наш взгляд, это доказывает, что именно роль Владимира Соловьева как лидера мнений имеет определяющее значение в успехе программы.

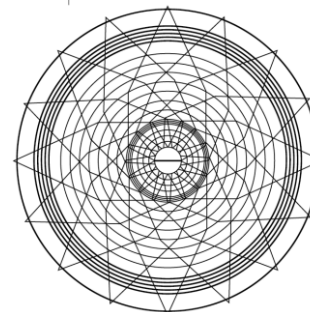
Остальные передачи, судя по цифрам, менее популярны. Наплыв зрителей происходит только если им особенно интересна тема выпуска, а также при трансляции эксклюзивных кадров в режиме реального времени. Мы также



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



отметили схожесть телесмотрения жителей Москвы и России в целом по отношению к указанным программам, что говорит об их широкой популярности.

Для анализа данных контента на YouTube нами были выбраны схожие по тематике наиболее популярные русскоязычные каналы: на первом этапе — «Осторожно: Собчак», «Редакция»<sup>4</sup>, Varlamov<sup>5</sup>, «Максим Кац»<sup>6</sup>, на втором этапе — «Эмпатия Манучи», «Николай Вавилов», «Захар Прилепин» и «День ТВ». Стоит отметить, что на текущий момент только видеохостинг YouTube (среди интернет-площадок, сфокусированных на работе с видео) позволяет оценить динамику удержания аудитории без доступа к личному кабинету.

**Таблица 3.**

Пример вторичного анализа данных о просмотре политических роликов на YouTube (данные по состоянию на март 2023 г.)

Канал, название видео, дата публикации, число просмотров	Пиковые точки просмотра	Низшие точки просмотра
«Эмпатия Манучи»: «Каринэ Геворгян: гей-парады, цена России и будущее мира», 3,7 млн просмотров	0:48 Анонс с яркими фрагментами ролика	5:19 Прогноз об отношениях со странами СНГ
«Николай Вавилов»: «Что ждет союз России и Китая, Пекин отвернулся от США, юань вытесняет доллар», 195 тыс. просмотров	40:06 Комментарий об отношениях Украины и Китая	1:07 Высказывание интервьюера Николая Вавилова
«Захар Прилепин»: «Урок №212. Да, Смерш!», 154 тыс. просмотров	0:10 Заявление темы ролика	3:26 Фрагмент интервью Сергея Аксенова
«День ТВ»: «Решения российского руководства вызвали панику на Западе. Юрий Кнутов», 912 тыс. просмотров	0:19 Вступление к теме	5:54 Юрий Кнутов высказывает конспирологическую теорию борьбы Запада с Россией

В ходе исследования выяснилось, что зрители проявляют повышенный интерес к началу выпусков, что в принципе закономерно: как правило, краткая нарезка в превью позволяет понять содержание видео и решить, смотреть ли его дальше. Интересно, что Николай Вавилов, будучи блогером, не особо интересен телевизионной аудитории, а в рамках своей деятельности на YouTube собирает большое количество восторженных комментариев. Также мы отметили, что в отличие от телесмотрения (более продолжительного), просмотр выпусков в

<sup>4</sup> Автор канала Алексей Пивоваров признан лицом, выполняющим функции иностранного агента.

<sup>5</sup> Автор канала Илья Варламов признан лицом, выполняющим функции иностранного агента.

<sup>6</sup> Автор канала Максим Кац признан лицом, выполняющим функции иностранного агента.



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

YouTube в целом менее длительное: если контент скучный или не удовлетворяет ожидания зрителей, они вероятнее всего промотают видео вперед или вовсе переключатся на другой ролик.

«Большая игра» в телеэфире Первого канала и на YouTube: личный опыт автора

Далее мы перейдем к анализу общественно-политической телепрограммы «Большая игра» на Первом канале. Автор настоящей статьи 4 года работал продюсером этой передачи и в рамках своей должности принимал участие в разработке форматообразующих элементов программы, съемке пилотов и подготовил более 300 выпусков к эфиру.

Общественно-политическое ток-шоу «Большая игра» выходит на Первом канале с сентября 2018 г. Вместе с экспертами в студии ведущие анализируют события и обсуждают внешнюю политику с российской и американской точек зрения, стремясь разобраться в существующих противоречиях между двумя странами (Большая игра, н. д.).

Роль мультимедийных элементов в передаче очень важна: ведущие стоят у интерактивного стола, на поверхности которого возникают различные изображения в поддержку обсуждаемой темы (карты, фотографии и др.), а экраны по периметру студии могут одновременно показывать фото, видео, инфографику, коллажи, цитаты, репортажи с мест событий, комментарии экспертов в режиме реального времени. На наш взгляд, разнообразие мультимедийных элементов привлекает зрителей и облегчает для них понимание сути диалога, но все же решающую роль в успехе программы играют приглашенные эксперты. Такие персоны, как пресс-секретарь Президента Дмитрий Песков, министр иностранных дел Сергей Лавров или экс-глава «Роскосмоса» Дмитрий Рогозин, привлекают большую аудиторию и обеспечивают программе высокую цитируемость.

При этом наблюдения автора показывают, что руководство канала длительное время не беспокоило традиционно низкие рейтинги программы. Но после 24 февраля 2022 г. из еженедельной программа превратилась в ежедневную и стала выходить в эфир 4–5 раз в сутки. Шоу сохранило аналитический формат, но вместе с тем ведущие сфокусировались на комментировании событий в реальном времени. Однако этот подход все равно не позволял в среднесрочной перспективе обойти конкурентов на телеканале «Россия 1». На наш взгляд, одна из причин этого в том, что работу над творческой составляющей передачи в постоянном режиме ведет команда из 10 человек и такой ресурс недостаточен для подготовки ежедневных оригинальных выпусков.

На этапе запуска программы авторы нацеливались на элитарную аудиторию, высокообразованных людей. Теперь же, в связи с повышенным вниманием к СВО и ежедневным выходом в эфир, программа должна объяснять происходящие события всем россиянам. К сожалению, автор настоящего исследования не обладает подробными статистическими данными об аудитории передачи и ее социально-демографической характеристикой. Однако периодически в нашем распоряжении оказывались письма зрителей (около 3–5 писем в неделю),

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



отправленных почтой. В этих обращениях зрители рассказывали о себе, благодарили за передачу и просили материальной помощи у ведущих. Таким образом, не претендуя на полноту картины, можно тем не менее предположить, что самым активным ядром аудитории являются мужчины старше 50 лет с ярко выраженным чувством любви к Родине, испытывающие материальную нужду и доверяющие телепередаче.

Редакция предприняла попытку запустить канал на YouTube и выкладывать туда полные выпуски телепередачи, однако за два месяца без финансовой поддержки и дополнительного монтажа видео удалось собрать не более 100 подписчиков, после чего было принято решение удалить канал. Это еще раз подтверждает, что конвергенция является сложным и многоступенчатым процессом.

### **Как расширить аудиторию политических программ: мнение экспертов**

Для всестороннего освещения исследуемого вопроса мы провели ряд интервью с профессионалами медиасферы (январь 2022 – март 2023) и спросили у экспертов, какие факторы влияют на расширение аудитории политических программ на ТВ и YouTube, а также какова роль мультимедийных элементов в этом процессе, какие возможности они видят для конвергенции политических телепрограмм и расширения их аудитории.

Так, по словам Ильи Доронова, управляющего директора телеканала РБК, до того как YouTube-канал РБК был закрыт по политическим мотивам компанией Google, на нем дублировался весь контент без редакции и дополнительной обработки. Оказалось, что пики зрительского внимания на ТВ и YouTube совпадали, а разница заключалась только в возрасте аудитории: телеканал смотрели люди старше 30 лет, а в интернете — аудитория в возрасте 25–30 лет. Эксперт считает, что на это влияют привычки медиапотребления: молодые люди предпочитают смотреть видео на смартфонах. Следовательно, логично предоставлять пользователям возможность потреблять контент там, где им удобно, а значит политическим телепередачам для расширения аудитории стоит выходить в онлайн.

Другой немаловажный аспект конвергенции телевизионного контента обозначила Ирина Савченко, digital-директор Первого канала. По ее мнению, на текущий момент нет достаточно объективного механизма подсчета аудитории ни на ТВ, ни на YouTube: «Каким образом факт просмотра одного домохозяйства экстраполируется на всю аудиторию мы знаем очень относительно, и мы точно знаем, что это никак не экстраполируется на просмотр в сети Интернет». Это вносит сложности в определение «успешности» контента и вызывает вопросы о «качестве» просмотра.

Основатель и генеральный директор проекта Ваза Анатолий Сулейманов подчеркивает, что все проекты индивидуальны и при конвергенции медиапродукта может формироваться разная аудитория. Эксперт считает, что телевидение «обезличено» и более дистанцировано от зрителя, в то время как YouTube — это



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

«всегда персонализированная подача», зритель приходит к конкретному автору, которому начинает доверять. Также Сулейманов подчеркивает, что аудитория очень не любит менять площадку потребления контента. По его опыту, если в Telegram-канале с почти 900 тысячами подписчиков разместить ссылку на YouTube-канал проекта, прирост там составит всего 3–5 тысяч пользователей.

Василий Максименко, главный редактор платформы «Смотрим», приводит в качестве успешного примера конвергенции проекты Владимира Соловьева. Благодаря тому, что работа по представленности на разных площадках началась более 10 лет назад, сегодня Владимир Соловьев как лидер мнений имеет лояльную аудиторию, которая пойдет за ним на любую платформу.

Главред «День ТВ» Андрей Фефелов (Проханов) считает, что публика устала от классических политических ток-шоу, где превалирует конфликтность и напряженность в студии. Достаточно сдержанные и даже монотонные ролики популярного YouTube-канала «День ТВ» говорят о том, что у зрителей появился запрос на спокойный экспертный контент: им хочется посмотреть не яркое шоу, а действительно разобраться в актуальных вопросах политики.

Этот опыт подтверждается примером политического аналитика и блогера Юрия Подоляки. Формат его роликов представляет собой небольшую информационную сводку о событиях на фронте. Подоляка отмечает, что его экспертиза интереснее аудитории постарше, хотя он и пытается завоевать молодежь до 30 лет: «Чтобы их привлечь, нужно учитывать клиповость мышления молодежи — она заставляет уходить в короткий формат. Кстати, тут надо еще и юмор подключать. Высмеивание очень страшное оружие, особенно в молодежной среде».

Оказалось, что у респондентов нет однозначного и единодушного мнения о необходимости использования мультимедийных элементов при создании политических программ и зачастую их ответы были диаметрально противоположны.

Так, руководитель программы «Большая игра» на Первом канале Наталья Крапивина считает, что ключевую роль в создании рейтинговой программы играют именно мультимедийные элементы, потому как зритель быстро устает смотреть даже на самого авторитетного эксперта. С ней соглашается продюсер проекта «Осторожно: Собчак». Мария Максимова уверена, что никому не интересна «говорящая голова», нужно обязательно «окартинить происходящее», «нужно мелькать».

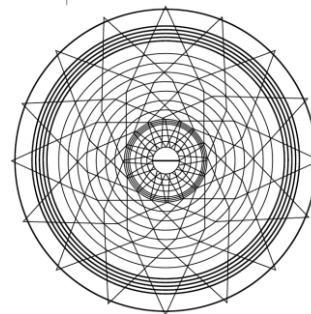
Противоположную позицию занимает писатель и блогер Николай Стариков, утверждая, что мультимедийные элементы не играют совершенно никакого значения для увеличения и удержания аудитории. Главное, по его мнению, скорость публикации материалов: «Внешние факторы играют гораздо большую роль, нежели какие-то технические возможности».

YouTube-блогер Дмитрий Борисенко тоже считает, что мультимедийные элементы — лишь попытка отвлечь внимание зрителя от неинтересного содержания. Для расширения аудитории любого медиа, по мнению эксперта, важны смысловое наполнение и харизма ведущего: «Можно привести классику

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



жанра: Анатолий Шарий, который буквально с нуля за какие-то считанные недели (недель 10–15 максимум) собрал миллионную аудиторию, потому что поймал так называемую фишку. Он занимался разоблачением всевозможных фейков, связанных с украинскими СМИ, и на этой стезе попал в нужную волну, очень быстро набрал аудиторию, не предпринимая никаких других действий, как то промоушен, продвижение, вкладывание в рекламу, работа с командой, которая бы ему делала те же заставки, отбивки и прочее, прочее. Нет — проект одного человека, который просто сидит перед камерой, но выдает качественный контент».

То же мнение поддерживает продюсер и редактор политических телепрограмм (в разные годы «60 минут», «Большая игра») Егор Скворцов: «На мой взгляд, современному российскому телевидению следует отвлечься от мультимедийных элементов и всерьез заняться смыслами, потому что все телевизионные концепции безнадежно устарели. В первую очередь нужно избавиться от рекламной зависимости, начать работать по подписке, перестать ориентироваться на мутные цифры и измерять успех исключительно числом продляемых подписок».

Нейтральную позицию занимает авторитетный журналист, декан Высшей школы телевидения МГУ Виталий Третьяков. По его мнению, в этом вопросе существует золотая середина, потому как ситуативно новые мультимедийные элементы привлекают внимание зрителей, однако не позволяют удерживать аудиторию в долгосрочной перспективе.

Таким образом, в большинстве своем эксперты не отрицают необходимость использования мультимедийных элементов при подготовке политических программ на разных площадках, однако они не называют это условие ключевым для привлечения широкого круга аудитории и дальнейшего поддержания зрительского интереса. Эксперты выводят своеобразную формулу, по которой на первый план выходит скорость публикации материала в соответствии с информационной повесткой, качество и нетривиальность подачи, а также харизма ведущего.

На возможность расширения аудитории политических телепрограмм сотрудники федеральных каналов смотрят скептически. Наталья Крапивина считает, что увеличить эту аудиторию уже невозможно, так как данный контент не ориентирован на молодежь, а подстраиваться под стилистику YouTube-проектов телевидение не может. Телепродюсер Егор Скворцов утверждает, что на расширение аудитории влияет грамотно составленная маркетинговая стратегия и внедрение новых технологий продвижения медиапродукта. В целом эксперты считают, что шансы расширить аудиторию за счет выхода телепрограмм на YouTube выше в том случае, если сконцентрироваться не на визуальных решениях, а на качественном содержании, которое бы могло конкурировать с миллионами роликов на платформе.

Главным фактором, оказывающим влияние на увеличение аудитории политических телепрограмм, все эксперты считают доверие зрителей: как только зритель чувствует фальшь, он перестает смотреть программу и ищет другой контент. Так, шеф-редактор программы «Мнение» на телеканале «Россия 24»



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

Мария Тимофеева выступает за объективность донесения информации. Старший редактор программы «Большая игра» Николай Менделев дополнительно подчеркивает важность цитируемости для любого политического медиапродукта, что является гораздо более наглядным показателем, чем цифры телесмотрения.

Таким образом, по результатам экспертных интервью можно сделать несколько выводов:

1. Эксперты солидарны во мнении, что аудитория от 20 до 30 лет предпочитает потреблять контент через интернет-ресурсы на удобных для себя площадках.
2. Единогласно подтверждается всеми спикерами тренд на журналистику мнений, аудитории удобно получать информацию, пропущенную через призму понимания лидерами мнений.
3. Две трети спикеров считают, что роль мультимедийных элементов при создании контента снижается и повышается важность содержания.

Получается, что процесс конвергенции характеризуется частичной дивергенцией медиа и требует дальнейшего изучения.

### **Выводы**

Таким образом, исходя из результатов исследования, собственного профессионального опыта и разговора с представителями индустрии, мы составили ряд рекомендаций для производителей политического контента на телевидении и YouTube:

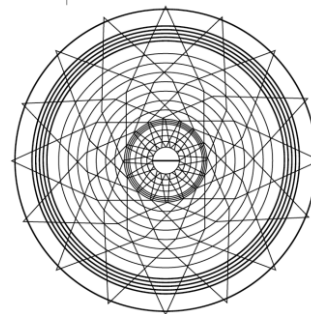
- контент должен быть актуальным, социально значимым, высокого качества;
- участие лидеров мнений, высокопоставленных гостей и харизматичных ведущих привлечет больше аудитории;
- важен профессионализм редакции;
- зрительский интерес растет в моменты прямых включений с мест событий, при показе уникальных кадров и самых свежих новостей;
- необходима доступная подача сложного материала для разных возрастных групп;
- контент должен быть адаптирован по формату и длительности к платформе (на телевидении — более длинные передачи, на YouTube — преимущественно короткие динамичные ролики);
- рекомендуется использовать яркие визуальные решения, анимацию, графику, интерактив, виртуальную реальность и другие мультимедийные элементы.

На наш взгляд, выполнение этих условий и соблюдение баланса между формой и содержанием контента могут сделать политические передачи популярнее у текущей аудитории телевидения. В случае, если эти меры не позволят привлечь молодых зрителей к телеэкранам, все же есть шанс расширить

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



аудиторию политических телепрограмм за счет их продуманного выхода на новые площадки, в том числе YouTube.

### БИБЛИОГРАФИЯ

Ачкасова, К. (2023). Медиапотребление в 2022 году.

[https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB\\_медиапотребление.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB_медиапотребление.pdf)

Большая игра. (н. д.). Первый канал. <https://www.1tv.ru/shows/big-game>

Бородина, А. (2010, 1 декабря). Леонид Парфенов. Отражение в телеэфире. Коммерсантъ. <https://www.kommersant.ru/doc/1548165>

Бороздина, Н. (2022). Аудитория медиа. Mediascope. [https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514ramn101f86r82qt9o9e91f1ihp/Наталья%20Бороздина\\_Mediascope\\_011222.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514ramn101f86r82qt9o9e91f1ihp/Наталья%20Бороздина_Mediascope_011222.pdf)

Вартанова, Е. Л. (1999). К чему ведет конвергенция СМИ? Информационное общество, (5), 11–14.

ВЦИОМ. (2020, 22 декабря). Итоги 2020-го: события, люди, оценки, ожидания от 2021-го. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytiya-ljudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go>

Господдержка электронных СМИ в 2023 году. (2023, 18 апреля). Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. [https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1105/?utm\\_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f](https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1105/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f)

Егорова, В. (2021, 13 сентября). Ян Кухальский, «Медиа-1»: «Линейное ТВ останется в числе ключевых медиа». Телеспутник. <https://telesputnik.ru/materials/persony/interview/yan-kukhalskiy-media-1-lineynoe-tv-ostanetsya-v-chisle-klyuchevykh-media/>

Ермолаева, О. Я. и Палванова, А. К. (2017). О становлении системы контроля за измерениями телевизионной аудитории в России. Коммуникации. Медиа. Дизайн, 2(3), 120–137.

Качкаева, А. Г. (ред.) (2010). Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. Аспект Пресс.

Козина, Е. С. (2011). Журналист и время: портрет в интерьере эпохи. Краткий обзор российской политической журналистики постсоветского периода (1987–2010 гг.). Медиаскоп, (1). <http://www.mediascope.ru/node/716>

Конституция Российской Федерации. (1993/2020). Статья 29. [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/f703218d9357338507052de484404828b3da468e/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/f703218d9357338507052de484404828b3da468e/)



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

Кузнецов, И. В. (2002). История отечественной журналистики. (1917–2000). Учебный комплект. Учебное пособие. Хрестоматия. Флинта: Наука.

Литвиненко, Ю. (2022, 8 июня). Продавленная кнопка. Коммерсантъ. <https://www.kommersant.ru/doc/5393565>

Ляликова, А. (2020, 27 октября). Звезды YouTube: рейтинг блогеров с самыми высокими доходами от рекламы. Forbes. <https://www.forbes.ru/rating-photogallery/412047-zvezdy-youtube-15-bloggerov-s-samymi-vysokimi-dohodami-ot-reklamy>

Mediascope начала поставку данных о дачном телепросмотре по всей стране. (2020, 6 октября). Mediascope. [https://mediascope.net/news/1215527/?sphrase\\_id=253390](https://mediascope.net/news/1215527/?sphrase_id=253390)

Мельман, А. (2019, 25 августа). Ушла эпоха Евгения Киселева: символ демократии, захват НТВ и «Итоги». МК. <https://www.mk.ru/social/2019/08/25/ushla-epokha-evgeniya-kiseleva-simvol-demokratii-zakhvat-ntv-i-itogi.html>

Романченко, А. Ю. (2022). Доклад руководителя РТРС о результатах финансово-хозяйственной деятельности предприятия в 2021 году. Digital.Gov.ru <https://digital.gov.ru/uploaded/files/doklad-rukovoditelya-2021-rtvs-dlya-razm>

Справочный центр YouTube. (н. д.). Как отслеживать успехи с помощью YouTube Аналитики. YouTube. [https://support.google.com/youtube/topic/9257532?hl=ru&ref\\_topic=9257610&sjid=18186118493440782832-EU](https://support.google.com/youtube/topic/9257532?hl=ru&ref_topic=9257610&sjid=18186118493440782832-EU)

Телевидение. (н. д.). Mediascope. <https://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/description/>

Третьяков, В. Т. (2015). Теория телевидения. ТВ как нео-язычество и как карнавал. Курс лекций. Ладомир.

Шестерина, А. М. (2021). Тенденции влияния видеоблогинга на современный телевизионный контент. Знак: проблемное поле медиаобразования, 41(3), 118–123.

Dickey, M. R. (2013, February 15). The 22 Key Turning Points In The History Of YouTube. BusinessInsider. <https://www.businessinsider.com/key-turning-points-history-of-youtube-2013-2>

Downing, J. (2001). Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements. SAGE Publications, Inc.

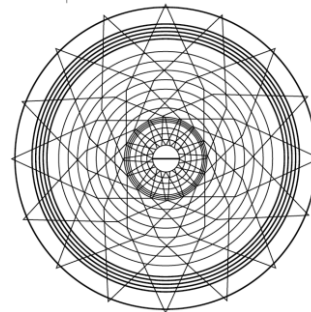
Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*



# CONVERGENCE OF POLITICAL SHOWS ON TV IN RUSSIA AND ITS IMPACT ON AUDIENCE EXPANSION

**Popova V. V.**

Master of Media Communications,  
Head of the Center for Practice and Project Activities,  
Assistant Director of the Media Institute, National  
Research University Higher School of Economics  
(Moscow, Russia)  
[v.popova@hse.ru](mailto:v.popova@hse.ru)

### **Abstract:**

Over the past year, due to events within the country and in the international arena, the importance of socio-political content on all platforms has increased. Despite the increase in airtime, political programs on television nevertheless have difficulties attracting a new young audience to the screen. The author of this study aims to identify and analyse the mechanisms of convergence of political programs on TV and YouTube to increase the audience of television political shows.

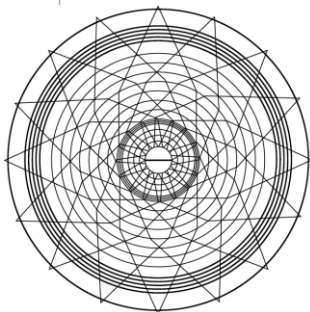
The article will examine the history of the emergence and development of political broadcasts on television, the distinctive features of content on YouTube, the problems of audience measurement in the media environment. Secondary analysis of data on watching political programs, interviews with industry experts, as well as the author's personal experience in the production of the Big Game program on Channel One helps in achieving the stated goal. convergence of political shows on TV in Russia and its impact on audience expansion

As the results of the study, we give recommendations to increase the popularity of political broadcasts, as well as their convergence. The author concludes that it is practically impossible to attract young people to TV screens due to their media consumption habits. However, if several recommendations are followed, the chances of expanding the young audience of political TV programs due to their release on online platforms increase.

**Keywords:** media convergence, political broadcasts, television, YouTube, audience measurement, multimedia

## **REFERENCES**

Bell, D. (2004). Grjadushhee postindustrial'noe obshchestvo. Obrazec social'nogo prognozirovaniya. Academia.



## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России  
и ее влияние на расширение аудитории*

Achkasova, K. (2023). Mediapotreblenie v 2022 godu.

[https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1str0877w3jn5/CSTB\\_mediapotreblenie.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1str0877w3jn5/CSTB_mediapotreblenie.pdf)

Bol'shaya igra. (n. d.). Pervyy kanal. <https://www.1tv.ru/shows/big-game>

Borodina, A. (2010, December 1). Leonid Parfenov. Otrazhenie v teleefire. Kommersant". <https://www.kommersant.ru/doc/1548165>

Borozdina, N. (2022). Auditoriya media. Mediascope.

[https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qqk514ramn101f86r82qt9o9e91f1ihp/Natal'ya%20Borozdina\\_Mediascope\\_011222.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qqk514ramn101f86r82qt9o9e91f1ihp/Natal'ya%20Borozdina_Mediascope_011222.pdf)

Dickey, M. R. (2013, February 15). The 22 Key Turning Points In The History Of YouTube. BusinessInsider. <https://www.businessinsider.com/key-turning-points-history-of-youtube-2013-2>

Downing, J. (2001). Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements. SAGE Publications, Inc.

Egorova, V. (2021, September 13). Yan Kukhal'skiy, «Media-1»: «Lineynoe TV ostanetsya v chisle klyuchevykh media». Telesputnik. <https://telesputnik.ru/materials/persony/interview/yan-kukhalskiy-media-1-lineynoe-tv-ostanetsya-v-chisle-klyuchevykh-media/>

Ermolaeva, O. Ya. & Palvanova, A. K. (2017). O stanovlenii sistemy kontrolya za izmereniyami televizionnoy auditorii v Rossii. Kommunikatsii. Media. Dizayn, 2(3), 120–137.

Gospodderzhka elektronnykh SMI v 2023 godu. (2023, April 18). Ministerstvo tsifrovogo razvitiya, svyazi i massovykh kommunikatsiy Rossiyskoy Federatsii. [https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1105/?utm\\_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f](https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/1105/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f)

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.

Kachkaeva, A. G. (Ed.) (2010). Zhurnalistika i konvergentsiya: pochemu i kak traditsionnye SMI prevrashchayutsya v mul'timediynye. Aspekt Press.

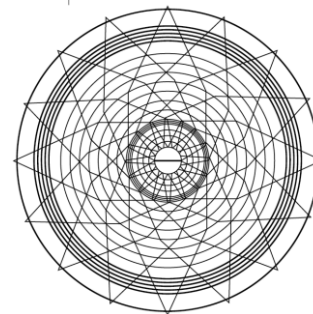
Konstitutsiya Rossiyskoy Federatsii. (1993/2020). Stat'ya 29. [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/f703218d9357338507052de484404828b3da468e/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/f703218d9357338507052de484404828b3da468e/)

Kozina, E. S. (2011). Zhurnalist i vremya: portret v inter'ere epokhi. Kratkiy obzor rossiyskoy politicheskoy zhurnalistiki postsovetского периода (1987–2010 gg.). Mediaskop, (1). <http://www.mediascope.ru/node/716>

## [Научные статьи]

Попова В. В.

*Конвергенция политических телевизионных шоу в России и ее влияние на расширение аудитории*



Kuznetsov I. V. (2002). Istoriya otechestvennoy zhurnalistiki. (1917–2000). Uchebnyy komplekt. Uchebnoe posobie. Khrestomatiya. Flinta: Nauka.

Litvinenko, Yu. (2022, June 8). Prodavlennaya knopka. Kommersant". <https://www.kommersant.ru/doc/5393565>

Lyalikova, A. (2020, October 27). Zvezdy YouTube: reyting blogerov s samymi vysokimi dokhodami ot reklamy. Forbes. <https://www.forbes.ru/rating-photogallery/412047-zvezdy-youtube-15-blogerov-s-samymi-vysokimi-dohodami-ot-reklamy>

Mediascope nachala postavku dannykh o dachnom teleprosmotre po vsey strane. (2020, October 6). Mediascope. [https://mediascope.net/news/1215527/?sphrase\\_id=253390](https://mediascope.net/news/1215527/?sphrase_id=253390)

Mel'man, A. (2019, August 25). Ushla epokha Evgeniya Kiseleva: simvol demokratii, zakhvat NTV i «Itogi». MK. <https://www.mk.ru/social/2019/08/25/ushla-epokha-evgeniya-kiseleva-simvol-demokratii-zakhvat-ntv-i-itogi.html>

Romanchenko, A. Yu. (2022). Doklad rukovoditelya RTRS o rezul'tatakh finansovo-khozyaystvennoy deyatel'nosti predpriyatiya v 2021 godu. Digital.Gov.ru <https://digital.gov.ru/uploaded/files/doklad-rukovoditelya-2021-rtts-dlya-razm>

Shesterina, A. M. (2021). Tendentsii vliyaniya videobloginga na sovremenny televizionnyy kontent. Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya, 41(3), 118–123.

Spravochnyy tsentr YouTube. (n. d.). Kak otslezhivat' uspekhi s pomoshch'yu YouTube Analitiki. YouTube. [https://support.google.com/youtube/topic/9257532?hl=ru&ref\\_topic=9257610&sjid=18186118493440782832-EU](https://support.google.com/youtube/topic/9257532?hl=ru&ref_topic=9257610&sjid=18186118493440782832-EU)

Televidenie. (n. d.). Mediascope. <https://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/description/>

Tret'yakov, V. T. (2015). Teoriya televideniya. TV kak neo-yazychestvo i kak karnaval. Kurs lektsiy. Lodomir.

Vartanova, E. L. (1999). K chemu vedet konvergentsiya SMI? Informatsionnoe obshchestvo, (5), 11–14.

WCIOM. (2020, December 22). Itogi 2020-go: sobytiya, lyudi, otsenki, ozhidaniya ot 2021-go. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/itogi-2020-go-sobytiya-lyudi-ocenki-ozhidaniya-ot-2021-go>



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*

### ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ СТАТУСА ЖЕНЩИНЫ- МУСУЛЬМАНКИ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

**Сидоренко Е. М.**

преподаватель кафедры перевода и  
профессиональной коммуникации Воронежского  
государственного университета  
(Воронеж, Россия)  
[lizagubkin@mail.ru](mailto:lizagubkin@mail.ru)

**Дини И. А.**

доктор филологических наук, профессор  
Белгородского государственного национального  
исследовательского университета  
(Белгород, Россия)  
[kuprieva@bsu.edu.ru](mailto:kuprieva@bsu.edu.ru)

**Аннотация:**

С конца прошлого столетия активно развивается новое гуманитарное направление — гендерная лингвистика. В ней особенно выделяют феминистскую лингвистику, которая занимается изучением проекции женщины в языке. В настоящее время в связи с усилением потока мигрантов из стран Ближнего востока интерес к изучению влияния арабского языка на английский становится все более значимым. Целью настоящей статьи является анализ образа мусульманской женщины, претерпевающего в наши дни серьезные изменения, в современном английском языке, потому как множество меняющихся аспектов этого образа находят свое отражение, в первую очередь, на языковом уровне. В настоящем исследовании были использованы методы концептуального и семантического анализа, позволившие выявить новый образ женщины в английском языке — женщины мусульманки, который несет не только культурные, но и лингвистические изменения.

**Ключевые слова:** гендерная лингвистика, поток мигрантов, арабские заимствования, проекция женщины в языке, мусульманская женщина

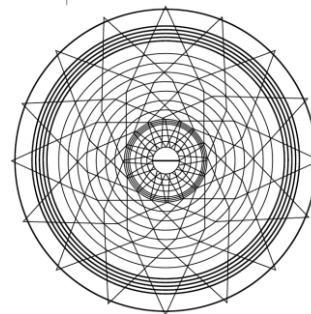
**Введение**

В современном обществе сформированы определенные стереотипы поведения, которые в первую очередь основываются на гендерной принадлежности, так как данное деление общества является наиболее выраженным (Wodak, 2006, p. 38). Концепция «гендер» является социальным и

## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*



лингвистическим термином, который используется для обозначения половой дифференциации. Изначально термин «гендер» использовался в английском языке лишь в грамматике. В ходе же развития гуманитарного знания данный термин приобретает новые оттенки как коннотативного, так и денотативного значения (Eckert & McConnell-Ginet, 2003, p. 315).

В начале второй половины 20-го века в Германии и США зарождается женское движение, одним из результатов которого является возникновение нового направления в языкознании — феминистской лингвистики, то есть борьбы с мужским доминированием на языковом уровне. Одним из первых авторов в этой области является Р. Лакофф. В ее работе «Язык и место женщины» говорится о мужской направленности мира, что естественным образом находит свое отражение и в языке. Так, автором было отмечено, что в диалоге женщина является более мягкой и сдержанной, в то время как мужчина старается доминировать и контролировать ситуацию. В английском языке были выделены следующие черты поведения женщины в диалоге: частое использование разделительных вопросов, использование интонации *rise* вместо *fall*, использование семантически нейтральных слов, эмфаз и модальных частиц. Если же женщина прибегает к использованию мужских моделей диалога, она начинает звучать грубо и не женственно (Lakoff, 1973, p. 46).

Д. Таннер была последовательницей Р. Лакофф и автором бестселлера «Ты меня не понимаешь», в котором подробно описывает процесс возникновения недопонимания между мужчинами и женщинами во время ведения диалога в гетеросексуальных группах. Также в своей работе автор объясняет некоторые коммуникативные проблемы, возникающие в ходе развития личности в мужской или женской языковой среде (Tannen, 2007, p. 87).

Анализ британских словарей середины 20-го века<sup>1</sup>, основанный на феминистской языковой теории о сексистском использовании языка, выявил следующие важные моменты:

1. Женщина по отношению к мужчине имеет вторичный статус.
2. Гендерная асимметрия выражена достаточно четко.

Данные аспекты проявляются в языке следующим образом:

- Незаметность женщины находит свое отражение в частом использовании местоимения *he* и существительного *man*: «A person writes his name in an application form», «We shouldn't judge a man by his appearances»;
- Присутствует определенный порядок слов при перечислении социальных ролей: «husband, wife and children»;
- Стереотипное представление мужчины и женщины отражается в контексте: «Politeness is an attribute of a gentleman», «Every woman should learn to cook».

<sup>1</sup> Исследование было выполнено по материалам текстов Hornby A.S., Gatenby E.V., & Wakefield H., 1958. ALDCE: The Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press, 1528 p.



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*

Когнитивные особенности вербального поведения на языковом уровне представляют также большой интерес. Следует отметить, что мужчина и женщина обладают различным языковым сознанием (Breitborde, 1993, p. 68). Так, проведенный анализ речи англоговорящих мужчин, а также тех, кто использует английский как второй иностранный язык, выявил тенденцию к употреблению местоимения *I* как эквивалента местоимения *we*. Для женщины же характерно обратное использование. Такое замещение местоимений может быть рассмотрено с психологической точки зрения следующим образом: женщины имеют размытые границы концепта «эго», а мужчины, наоборот, имеют четкие разграничения данного концепта.

### **Научный результат и дискуссия**

Английский язык уже долгое время считается международным, в связи с чем наблюдается большое влияние на него других языков (Crystal, 2003). Одну из самых многочисленных групп заимствований в английском языке составляют арабские заимствования (Arnold, 1986, p. 173), что вызвано следующими факторами:

1. Существуют различные религиозные картины мира. Английский язык ориентирован на христианскую картину мира, в то время как арабский — на Ислам.
2. На протяжении долгого времени Великобритания состоит в тесных политических и экономических связях со странами Востока.
3. В XV–XVII веках арабский язык оказал большое влияние на французский, тогда как тот был языком английской знати. Таким образом, многие заимствования пришли в английский язык не напрямую, а посредством других языков.
4. В последнее время наблюдается усиленный поток мигрантов из стран Ближнего Востока, которые приносят в английский язык не только новые слова, но и значительные изменения в его грамматике и фонетике (Куприева и Брыкова, 2017, с. 17).

В то же время мигранты из стран Ближнего Востока являются носителями своей культуры и древних традиций. Так, одним из самых ярких аспектов в этом вопросе является отношение к женщине в Исламе. Многие исследователи считают ее статус очень спорным и неоднозначным в исламском мире и рассматривают его как одну из основных проблем как для самих мусульманок, так и для их правозащитников (Abul A'la Al-Maududi, 1993, p. 118).

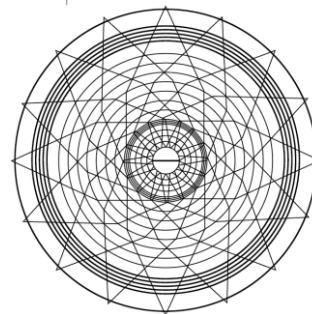
Отношение к женщине в Исламе было сформировано еще при кочевых арабских племенах и заключается в следующем:

1. Женщина — это существо, которое несомненно является человеком, имеет душу и свободу в принятии решений о вступлении в брак, в совершении добрых и злых дел.

## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*



2. Женщина, без сомнения, слабее мужчины, поэтому в определенной ситуации (брак, несовершеннолетие, старость) мужчина выступает как ее опекун, но не имеет права ей приказывать (Abul A'la Al-Maududi, 1993, p. 78).

Вышеперечисленное следует только из кочевых традиций, так как в то время женщина действительно была слабее мужчины. Раннее исламское общество вовсе не отрицало женщину, она имела право принимать участие во всех мужских делах, что говорит о том, что никаких ограничений для женщины не существовало. Физические данные или участие в социальной жизни наравне с мужчинами не обеспечивали мусульманской женщине статус и уважение, такими факторами являлись благочестие, обаяние, желание скрыть свою красоту и хранить ее только для будущего мужа. Таким образом, Исламом предписывается хиджаб. Он служит не только как ограничение общества от влечений, защищая честь женщины и ее достоинство, но и помогает женщине быть конструктивной. Такой благопристойный вид женщины вызывает у мужчин чувство уважения, помогает им рассмотреть личность женщины, а не относиться к ней как к объекту влечения. Ценность женщины для общества определяет не ее внешний вид, а ее личностные качества. Уважение и статус мусульманской женщины складываются из ее характера, сдержанности и религиозности, образования, ее роли матери и жены (Imran, 1981, p. 159).

С точки зрения религии, женщина — это домохозяйка, мать, верная и любящая жена. Мужчине же предписана иная роль, доминирующая над женщиной. Согласно многим стереотипам, домохозяйка — слабая и беззащитная, а добытчик — сильный и независимый. Исходя из этого, женщина считается менее образованной, умной и самостоятельной, чем мужчина. Такие стереотипы берут начало в религиозной традиции (Doу, 1989, p. 37).

Многие мусульманские женщины, сопоставляя положение женщин в исламском обществе и на Западе, считают положение последних униженным. Они утверждают, что там женщины очень много работают, так как испытывают нужду в деньгах. Кроме того, они занимаются домом и образованием детей. На что западные идеологи отвечают: «Невозможно освободить женщин от работы!». И добавляют: «Недостойно мусульманской женщине быть только домохозяйкой. Обществу необходимы женщины-специалисты во многих сферах: женщины-преподаватели, журналисты, врачи. Мусульманская женщина, будучи специалистом в медицине, могла бы очень неплохо зарабатывать».

В исламском обществе женщина имеет право на труд, который будет во благо общества и семьи. Известно, что Хадиджа, жена пророка Мухаммада, была успешна в торговых делах. Как таковой абсолютный запрет на труд женщины в исламе не принят, однако, учитывая некоторые особенности женщин, Шариат устанавливает ряд условий, которые помогут защитить женскую честь, здоровье и безопасность:

1. Если есть возможность, женщины и мужчины должны трудиться отдельно.



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*

2. Согласие на работу женщины должен дать ее муж, брат, отец или другой опекун.
3. Работа не должна иметь негативные последствия для физического и духовного здоровья женщины.
4. Женщине рекомендованы следующие сферы для работы:
  - воспитание и образование, особенно для девочек;
  - здравоохранение;
  - производство товаров для женщин;
  - сфера консалтинговых услуг, психология, дизайн;
  - писательская деятельность.
5. Работа должна занимать лишь часть времени женщины. Ей необходимо уделять внимание себе, детям и мужу.
6. Использование косметики и парфюма вне дома для женщины строго запрещено. Она должна быть скромно одета и вести беседу должным образом (Badawi, 1980, p. 51).

Согласно опросу, проведенному в соцсетях, в европейских странах сформировано следующее мнение о мусульманской женщине: женщина в исламском мире соблюдает традиции, она носит длинные, не облегчающие одежды, покрывает голову и может открыть только лицо и запястья. Женщина ведет себя скромно, не позволяет себе громких разговоров, смеха, кокетливой интонации. Существует также распространенное мнение, что мусульманская женщина не работает и занята лишь домом и детьми, кроме того, ей запрещено выходить без сопровождения мужчины (отца, брата или мужа) (Abd al Ati, 1977, p. 263).

Тем не менее мусульманские женщины проявляют сегодня большую активность: женщины в Исламском мире изучают новые компьютерные технологии, они участвуют в политической, образовательной, журналистской и медицинской деятельности.

### **Образ женщины-мусульманки в английском языке**

Согласно данным ООН, на сегодняшний день более 65 миллионов человек по всему миру вынуждены покинуть свои дома. Многие из них мигрировали в другую страну, а некоторые проживают в лагерях для беженцев в ожидании безопасной обстановки дома или переселения в другие государства.

Страны переживают один из самых больших кризисов беженцев в истории. 55% от их числа — это выходцы из Сирии, Афганистана, Южного Судана. С начала войны более 5,6 млн сирийцев бежали из своей страны, а 6,1 млн все еще проживают там, однако покинули свои дома. Около половины из этого числа — дети.

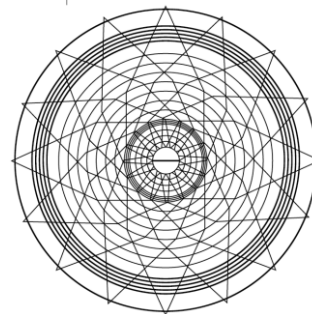
Большое количество беженцев составляют исламские женщины. Аль-Арабия Инглиш сообщает, что премьер-министр Великобритании призвал мусульманских женщин к изучению английского языка. Дэвид Кэмерон заявил, что необходимо предоставить помощь женщинам-мигрантам, а также добавил, что пришло время



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*



побороть «отсталость» и научить женщин грамотности. «Либерал-демократы предоставят уроки английского языка каждому, независимо от расовой, религиозной или гендерной принадлежности».

По словам премьер-министра, от мигрантов могут потребовать знание английского языка на хорошем уровне, в противном случае они могут лишиться права нахождения в стране. Кэмерон также сообщил, что мусульманские женщины, которые составляют 22% от общего числа мигрантов, не говорят на английском (Ummatag, 2016).

Далее обратимся к образу женщины в Исламе. Согласно докладу Международного Экономического Форума «The global gender gap – 2013», в странах исламского мира наблюдается огромный разрыв между мужчинами и женщинами в таких ключевых сферах, как здравоохранение, образование, экономика и политика (Weforum, 2013). Ни одна из мусульманских стран не вошла в первую 10-ку с равным гендерным индексом. Напротив, 9 из 10 стран, завершающих рейтинг — это страны мусульманского мира. Согласно данным Всемирного Банка, гендерный разрыв постепенно сокращается в странах Ближнего Востока и Северной Африки (Всемирный Банк, 2022). На сегодняшний день в университетах обучается больше женщин, чем мужчин, женская смертность во время родов ниже средних мировых показателей. Но несмотря на прогресс в сфере медицины и образования, женщина все еще не имеет возможности участвовать в экономической и политической жизни. Женщины составляют около четверти рынка труда, в то время как в других странах они составляют около 50%.

Для исламской культуры характерно сохранение древних традиций и следование им. Однако времена меняются, и женщины активно выступают против гнета жестких традиций и обычаев. Положение исламской женщины лучше всего можно проследить в аятах из Корана и высказываниях пророка Мухаммада (Коран, 1990).

Коран гласит, что «от божественного духа» были наделены оба пола, и имеют одну человеческую и духовную природу:

«Когда же Я придам ему соразмерный облик и вдохну в него от Моего духа, то падите перед ним ниц».

Таким образом, мужчина и женщина наделены одинаковым духом, и соответственно, Коран предписывает им равные религиозные и моральные обязанности. В Коране сказано:

«Я не погублю деяния, совершенные любым из вас, будь то мужчина или женщина. Одни из вас произошли от других» (Коран, 3:195);

Передают, что второй халиф ислама Умар ибн аль-Хаттаб, да будет доволен им Аллах, сказал: «Клянусь Аллахом, мы не привыкли думать, что женщина что-то имеет, пока Аллах не явил нам это в Коране, и не наделил их тем, чем наделил».

Эти слова являются доказательством того, что Коран имел колоссальное влияние на изменение гендерных норм арабов VI-VII веков. Коран несет радикальный преобразующий характер в плане равенства полов, по крайней мере для первого поколения мусульман. Первым человеком, уверовавшим в послание



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*

Пророка Мухаммада, была женщина, его первая жена Хадиджа (Аль-Бухари, 2008, с. 346). Первым мучеником за ислам тоже стала женщина — Сумайя. Две жены Пророка Мухаммада, Аиша и Умм Салама, были в числе величайших передатчиков хадисов. Благодаря этим двум великим женщинам многие сегодняшние мусульманские ритуалы сохранились и до наших дней. Женщина по имени Фатима аль-Фихри основала первое в мире высшее учебное заведение из действующих в наши дни — университет Карауин в Фесе, Марокко (Аль-Бухари, 2008, с. 215).

Многие мусульмане в качестве доказательства превосходства мужчин ссылаются на 34 аят 4 суры Корана, что происходит чаще всего по незнанию. Однако книга «Равенство полов в исламе» доктора Бадави (Badawi, 1980) гласит: «В Коране нигде не утверждается, что один пол превосходит другой. Некоторые ошибочно переводят “кивама” как “превосходство”, тогда как на самом деле оно подразумевает более высокую степень ответственности».

Как и весь мир, мусульманские женщины сталкиваются с насилием в семье. Данная проблема является довольно серьезной. Международная Организация Здравоохранения сообщает, что насилие в отношении женщин является глобальной проблемой. Лондонской организацией «Имамы против насилия в семье» (Imams against Domestic Abuse) был подготовлен отчет «Прекращение избиения женщин» (The End to Hitting Women: Islamic Perspective on Domestic Violence), в котором сообщается: «Ни при каких обстоятельствах и ни в каких проявлениях ислам не поощряет и не допускает насилие против женщин» (Muslimmatters, 2013).

Как у консервативных и правоверных мусульман, так и у немусульман обыденный предмет гардероба — женский платок на голове — вызывает большое количество высказываний. Консервативные мусульмане считают хиджаб символом благочестия женщины. Многие же немусульмане заявляют о том, что платок представляет собой инструмент угнетения. Аят Корана рассматривает хиджаб как признак женской скромности и начинает с увещевания мужчин: «Скажи верующим мужчинам, чтобы они опускали свои взоры и оберегали свои половые органы...» (Коран, с. 30). Однако многие мужчины не придерживаются данного правила и в довершение проблемы выставляют виновными женщин, хотя женщины являются лишь жертвами мужской нескромности.

Хиджаб является правом женщины, как и остальные аспекты исламской религии. Женщина рассматривает хиджаб как способ личной идентификации, способ выражения своей преданности Всевышнему. Данный вопрос стоит только между женщиной и Богом. Никто не может принуждать женщину носить или не носить хиджаб (Badawi, 1980, p. 72).

Отличительной особенностью исламской религии является следование традициям и обычаям, которые практически не претерпели изменений. В них женщина имеет большое значение, и, согласно Корану, играет значимую роль в обществе. Однако мужчина обладает более высоким положением и наделен большими правами и полномочиями.

## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*



В последнее время наблюдается изменение общепринятого взгляда на место женщины в современном мире, и одной из причин данного явления стало переселение мигрантов из стран Ближнего Востока в англоговорящие страны, в частности в Великобританию. На фоне такой социополитической ситуации женщины получили право на образование, работу и самостоятельность.

### БИБЛИОГРАФИЯ

Аль-Бухари, А. А. М. (2008). Сахих аль-Бухари: Достоверные предания из жизни пророка Мухаммада, да благословит его Аллах и да приветствует: Ясное изложение хадисов "Достоверного сборника". Умма.

Всемирный банк. (2022). Вопросы в области гендера. Дата обращения: 1 марта 2023. <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/topic/gender/overview>

Крачковский, (пер.). (1990). Коран. Внешторгиздат.

Куприева, И. А., и Брыкова, Е. М. (2017). История влияния арабского мира на английский язык. Ткачева, Е. П. (ред.), Современные проблемы науки, технологий, инновационной деятельности: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: часть III. (с. 17). Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ).

Умма. (2016, 25 января). Премьер-министр Великобритании призвал мусульманок учить английский.

[http://ummamag.kg/ru/news/397\\_premeministr\\_velikobritanii\\_prizval\\_musulmanok\\_u\\_chit\\_angliiskii](http://ummamag.kg/ru/news/397_premeministr_velikobritanii_prizval_musulmanok_u_chit_angliiskii)

Abd al Ati, H. (1977). The Family Structure in Islam. American Trust Publications.

Abul A'la Al-Maududi, S. (1993). The Laws of Marriage and Divorce in Islam. Islamic Book Publishers.

Arnold, I. V. (1986). The English Word. Moscow «Higher school».

Badawi, J. A. (1980). The Muslim Woman's Dress According to the Qur'an and Sunnah, Ta-Ha Publishers.

Breitborde, L. B. (1993). Levels of analysis in sociolinguistic explanation: bilingual code switching, social relations, and domain theory. International Journal of the Sociology of Language.

Crystal, D. (2003). English as a Global Language. Second Edition. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.5785/20-1-80>

Doy, A. (1989). Women in Shari'ah (Islamic Law). Ta-Ha Publishers.

Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (2003). Language and Gender. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511791147>



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*

Hornby A.S., Gatenby E.V., & Wakefield H. (1958). ALDCE: The Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press.

Imran, M. (1981). Ideal Woman in Islam. Islamic Publications Ltd.

Lakoff, R. (1973). Language and Woman's Place. Harper and Row.

<https://doi.org/10.1017/s0047404500000051>

Sh., A. H. (2013, December 21). The End to Hitting Women: Islamic Perspective on Domestic Violence. Muslimatters. <https://muslimatters.org/2013/12/21/end-hitting-women-islamic-perspective-domestic-violence-imam-abdullah-hasan/>

Tannen, D. (2007). You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation. William Morrow Paperbacks.

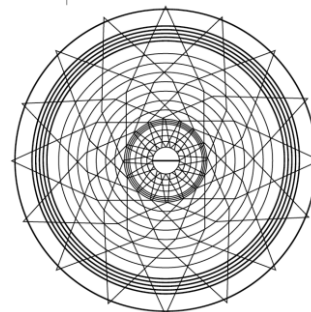
Weforum. (2013, October 20). The Global Gender Gap Report 2013. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2013/>

Wodak, R. (2006). Language behavior in Therapy Groups. University of California Press.

## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*



# LINGUISTIC UNDERSTANDING OF THE MUSLIM WOMAN STATUS IN MODERN ENGLISH

### **Sidorenko E. M.**

Lecturer at the Dept. of Translatology and Intercultural  
Communication, Voronezh State University

(Voronezh, Russia)

[lizagubkin@mail.ru](mailto:lizagubkin@mail.ru)

### **Deeney I.**

Doctor of Philology, Professor at the Belgorod State  
National Research University

(Belgorod, Russia)

[kuprieva@bsu.edu.ru](mailto:kuprieva@bsu.edu.ru)

### **Abstract:**

Since the end of the last century, a new direction in linguistics – gender linguistics – has been actively developing. In the field of gender linguistics, feminist linguistics is also highlighted, which studies the projection of a woman in a language. Currently, the problem was that there was an increasing flow of migrants from the Middle East, which raised interest in learning the impact of Arabic on English. The purpose of this article is to examine the image of a Muslim woman, which has been changing recently in many aspects, which is naturally reflected at the linguistic level. In this study conceptual and semantic analysis techniques were used that revealed a new image of a woman in English - Muslim women - that carries not only cultural but also linguistic changes.

**Keywords:** gender linguistics, flow of migrants, Arab loans, projection of the woman in the language, Muslim woman

## REFERENCES

Al'-Bukhari, A. A. M. (2008). Sakhikh al'-Bukhari: Dostovernnye predaniya iz zhizni proroka Mukhammada, da blagoslovit ego Allakh i da privetstvuet: Yasnoe izlozhenie khadisov "Dostovernogo sbornika". Umma.

Krachkovskiy, (Trans.). (1990). Koran. Vneshtorgizdat.

Kuprieva, I. A., & Brykova, E. M. (2017). Istoriya vliyaniya arabskogo mira na angliyskiy yazyk. Tkacheva, E. P. (Ed.), *Sovremennye problemy nauki, tekhnologii, innovatsionnoy deyatel'nosti: sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: chast' III.* (p. 17). Belgorod: OOO Agentstvo perspektivnykh nauchnykh issledovaniy (APNI).



## [Научные статьи]

Сидоренко Е. М., Дини И. А.

*Лингвистическое осмысление статуса женщины-мусульманки  
в современном английском языке*

Umma. (2016, January 25). Prem'er-ministr Velikobritanii prizval musul'manok učit' angliyskiy.

[http://ummamag.kg/ru/news/397\\_premeministr\\_velikobritanii\\_prizval\\_musulmanok\\_u\\_chit\\_angliiskii](http://ummamag.kg/ru/news/397_premeministr_velikobritanii_prizval_musulmanok_u_chit_angliiskii)

Vsemirnyy bank. (2022). Voprosy v oblasti gendera. Retrieved March 1, 2023, from <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/topic/gender/overview>

Abd al Ati, H. (1977). The Family Structure in Islam. American Trust Publications.

Abul A'la Al-Maududi, S. (1993). The Laws of Marriage and Divorce in Islam. Islamic Book Publishers.

Arnold, I. V. (1986). The English Word. Moscow «Higher school».

Badawi, J. A. (1980). The Muslim Woman's Dress According to the Qur'an and Sunnah, Ta-Ha Publishers.

Breitborde, L. B. (1993). Levels of analysis in sociolinguistic explanation: bilingual code switching, social relations, and domain theory. International Journal of the Sociology of Language.

Crystal, D. (2003). English as a Global Language. Second Edition. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.5785/20-1-80>

Doy, A. (1989). Women in Shari'ah (Islamic Law). Ta-Ha Publishers.

Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (2003). Language and Gender. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511791147>

Hornby A.S., Gatenby E.V., & Wakefield H. (1958). ALDCE: The Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford University Press.

Imran, M. (1981). Ideal Woman in Islam. Islamic Publications Ltd.

Lakoff, R. (1973). Language and Woman's Place. Harper and Row. <https://doi.org/10.1017/s0047404500000051>

Sh., A. H. (2013, December 21). The End to Hitting Women: Islamic Perspective on Domestic Violence. Muslimmatters. <https://muslimmatters.org/2013/12/21/end-hitting-women-islamic-perspective-domestic-violence-imam-abdullah-hasan/>

Tannen, D. (2007). You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation. William Morrow Paperbacks.

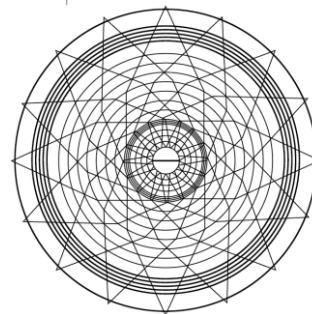
Weforum. (2013, October 20). The Global Gender Gap Report 2013. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2013/>

Wodak, R. (2006). Language behavior in Therapy Groups. University of California Press.

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*



# ПЕРФОРМАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ АВАНГАРДИСТСКОГО ИМИДЖА EINSTÜRZENDE NEUBAUTEN

**Сыч О. Н.**

аспирант программы «Искусство и дизайн»  
Национального исследовательского университета  
«Высшая школа экономики»  
(Москва, Россия)  
[osych@hse.ru](mailto:osych@hse.ru)

### **Аннотация:**

Статья фокусируется на визуальных аспектах перформативных практик Einstürzende Neubauten, во многом обусловивших восприятие коллектива в качестве представителей неоавангарда. Автор исследует, как авангардистские стратегии и репрезентации группы становятся средством борьбы с медиализацией, современным искусством и наследием самого авангарда.

**Ключевые слова:** Einstürzende Neubauten, авангард, перформанс, хеппенинг, футуризм, коллаж, деконструкция, аудитория

### **Введение**

Признание культурной значимости популярной музыки и расширяющийся круг методов ее изучения (Cloonan, 2005, pp. 78–79) стимулируют процесс переосмысления течений и коллективов, условно объединенных понятием рок-культуры. В частности, можно выделить набирающий обороты искусствоведческий подход к анализу артефактов субкультуры панков (Skov, 2018).

Уникальным объектом для рассмотрения аудиовизуальных аспектов музыкального продукта является деятельность представителей западноберлинского художественного и музыкального объединения «Гениальные диЛЛетанты» Einstürzende Neubauten («Разрушающиеся новостройки») (далее — EN). Появление исследований, посвященных творчеству группы, обусловлено ее практически культовым статусом, а также той особой ролью, которую коллектив сыграл в утверждении западноберлинской идентичности в 1980-х гг. — во время расцвета местной андеграундной культуры.

Эксперименты EN с музыкальными и визуальными формами коррелируют с закрепившимся за группой ярлыком «авангард» и «неоавангард». Вместе с тем, краеугольным камнем в трактовке ее творчества, как правило, становятся звуковые опыты и революционная «немузыкальность» коллектива, а также скепсис по отношению к поп-культуре. Последнее, равно как и общий авангардистский уклон



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

группы, ярко манифестируется в визуальных репрезентациях, упоминаемых в медиа и теоретических трудах по теме, но не осмысленных столь обстоятельно, как музыкальные контексты.

Наличие подобной лакуны парадоксально, поскольку целый ряд источников указывает на черты, сближающие культуру панков, родственную западно-берлинским молодежным объединениям 1970–1980-х гг., с дадаизмом и футуризмом (О'Хара, 1999/2003, сс. 44–67; Skov, 2018, 8). Исключительно комплексное исследование — монография Дж. Шряне «Blixa Bargeld and Einstürzende Neubauten: German Experimental Music. 'Evading Do-re-mi'» (2011), учитывающая широту используемых EN медиумов и рассматривающая группу в более гибких рамках — в качестве художников широкого профиля и представителей рок-культуры (Shryane, 2011, р. 3). Помимо освещения исторического и музыкального контекстов и партиципаторных методов создания композиций EN, исследовательница проводит некоторые параллели с искусством авангарда, особенно полно раскрывая связи с современным танцем и «театром жестокости» Антонена Арто, и рассматривает их в рамках «стратегий против конвенционального музыкального выступления» (Shryane, 2011, р. 83).

Автор развивает концептуальную рамку, предложенную Дж. Шряне, однако фокусируется преимущественно на визуальных тактиках и средствах выражения EN, а также выдвигает гипотезу, согласно которой визуальным репрезентациям принадлежит исключительная роль в формировании представлений о коллективе как об «авангардной» группе. Цель представленного исследования — выявить, каким образом визуальные стратегии обуславливают подобное понимание творческого наследия и имиджа EN. Задачи исследования: проанализировать специфику преломления авангардистских образов и стратегий в перформативных практиках группы; определить образ, формируемый и транслируемый EN через подобные отсылки, и, наконец, проследить, как этот образ вписывается в контекст культуры и искусства XX в.

Опорой служит теория «аудиовидения» и обратного ему «визуального слушания», предложенная исследователем звука и кино Мишелем Шионом (Шион, 2021, сс. 194–212). Особенно актуален «эффект добавленной стоимости», при котором восприятие звукового материала во многом продиктовано его визуальным сопровождением (Шион, 2021, сс. 195–198).

С М. Шионом солидарен Майкл Годдард, понимая деятельность индустриал-коллективов как «аудиовизуальную форму искусства в такой же степени, как и музыкальную» (Goddard, 2017, «Introduction»). Исследователь трактует избранные видеоматериалы шире, чем «просто визуализации музыки» (Goddard, 2017, «Insert



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа*  
*Einstürzende Neubauten*

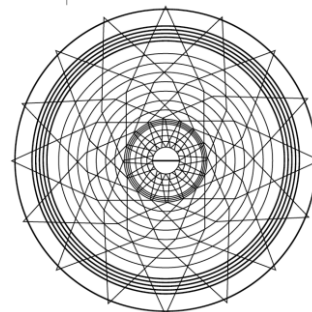


fig. 1 about here: Cabaret Voltaire 'This is Entertainment' Video»). М. Годдард рассматривает наследие групп Throbbing Gristle, Test Dept, Laibach и Cabaret Voltaire, лишь кратко упоминая EN. В его статье «аудиовидение» служит опорой для утверждения неразрывности и равноценности музыкального и визуального (Goddard, 2017, «'You will see Darkness': Laibach TV, Video and Audiovisuals»). В случае EN более релевантной представляется теория «визуального слушания», применяемая нами как инструмент анализа самостоятельной роли визуальных эффектов, функции которых обычно нивелируются музыкальной составляющей и представлениями о коллективе как о рок-группе.

В качестве теоретической базы также будут задействованы характеристики хеппенинга и перформанса, предложенные С. Зонтаг (1997) и Э. Фишер-Лихте (2015). На основе перформативных практик группы будет рассмотрено, как авангардистский этос EN проявляется во взаимодействии коллектива с искусством авангарда первой половины XX в., медиакультурой, аудиторией и современными музейными институциями. Материал исследования — видеоработы коллектива, а также сохранившиеся заметки и воспоминания о перформансах группы.

### **Обращение с инструментами и репрезентация шума**

Как известно, XX столетие отметилось революционными поисками новой музыкальной гармонии (Schafer, 2012, p. 97). Экспериментаторы-авангардисты обращаются к нетипичным звуковым источникам, будь то перкуссионные инструменты или сама промышленная среда (Schafer, 2012, p. 97). Созданием шумовой музыки были заняты еще дадаисты, в свою очередь увлеченные бруитизмом итальянских футуристов (Kahn, 2012, p. 427–428). Нужно признать, что «барабанщик Дада» Рихард Хюльзенбек не вполне верно интерпретировал задумку футуристов, разработавших специальные шумовые модуляторы «Интонарумори», приняв ее за призыв к превращению в инструменты совершенно непригодных для этого вещей (Kahn, 2012, p. 427–428).

Самая яркая особенность творчества EN — конструирование и игра на музыкальных инструментах из металлолома — отражает эту преемственность. В исследованиях по теме эта стратегия как манифестация дадаистской абсурдности, как правило, ярче всего маркирует условную принадлежность группы к понятию авангарда. EN действительно могут считаться продолжателями дела Хюльзенбека, а их творческий подход — закономерным, соответствующим духу времени, развитием швейцарского проекта, поскольку их вариация Дада действительно «бьет в барабан, вопит, насмехается и набрасывается» (Huelsenbeck, 1920, as cited in Kahn, 2012, p. 427), однако очевидна



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

дифференциация оттенков значения. В отличие от своих дадаистских предшественников, которые должны были служить «напоминанием о красочности жизни» (Huelsenbeck, 1920, as cited in Kahn, 2012, p. 428), «музыкальные инструменты» EN становятся отражением не бурлящей и непредсказуемой современности, но апокалиптической картины пост-существования, с обилием ненужных вещей в пустых индустриальных джунглях.

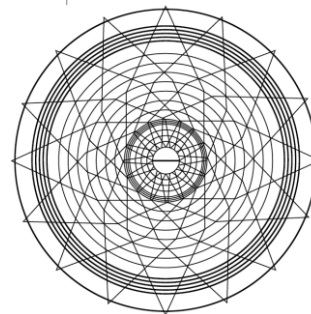
Кроме того, эксперименты XX в. с изменением функции объектов в художественных целях активно проникают в среду рок-музыкантов до EN. М. Робертс приводит слова Пита Таунсенда, лидера The Who: «Мы извлекаем новую ценность из не представляющих ценности вещей — гитар, микрофонов, затасканных мелодий. Мы берем объекты с одной функцией и наделяем другой...» (Робертс, 2020, с. 44). Подобную переключку эстетики авангардизма и поп-музыки, — в частности, «перепрофилирование» продуктов массовой культуры, — можно расценивать как стратегию, направленную на переоценку низового статуса поп- и рок-музыки (Робертс, 2020, с. 43). Дж. Шряне также указывает на характерную для музыкантов 1970–1980-х гг. адаптацию подчеркнуто нетипичных и «ненормальных» инструментов в противовес популярному «чистому» звучанию (Shryane, 2011, p. 49). Наиболее близким к EN подходом отличалась британская группа Test Dept, красноречиво отсылающая к своему происхождению и жанру «индастриал» посредством игры на промышленном мусоре (Goddard, 2017, «Program for Progress: The Audiovisual Political Mise-en-scène of Test Dept's Total State Machine»). Примечательно то, что аспект подобного использования неклассических инструментов рассматривается исследователями преимущественно в социально-политическом и музыкальном контекстах — как отказ от «мейнстримного» звучания в пользу более радикального и авангардного.

Однако теперь, когда о ранних, особенно показательных, перформансах EN остается судить только по аудио- и видеозаписям с возможностью регулирования громкости, работы коллектива лишаются части своей шумовой нагрузки, а слушание перестает быть «сильным физическим опытом» (Shryane, 2011, p. 51). Как следствие, современное восприятие наследия группы оказывается в большей степени сопряженным с эффектами визуального «шума». Дж. Шряне в качестве фактора «слушания с болью» упоминает наблюдение за специфичным обращением группы с инструментами, но связывает его, скорее, с возможностью реконструировать принципы трансформации немusicalных объектов в музыкальные, а также с их артодианской атакой на органы чувств (Shryane, 2011, p. 89).

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа*  
*Einstürzende Neubauten*



Мы хотим указать на исключительную внешнюю экзальтацию, сопровождающую обращение EN с самодельными инструментами и дополняющую его, что отчетливо видно в таких работах, как видео на композицию «Sehnsucht (Zitternd)» (фрагмент фильма «Halber Mensch», реж. Соко Исии, 1985). Коллектив отдает предпочтение подчеркнуто брутальному с физической точки зрения извлечению звука. С «музыкальной» же точки зрения эквивалент вполне возможен посредством более конвенциональных действий. Например, обыкновенный удар по тележке для покупок один из участников, Александр Хаке, заменяет более экстремальным взаимодействием: для достижения экспрессивного визуального эффекта музыкант отчаянно бросается на инструмент, с шумом увлекая его за собой в момент падения. Не менее энергичны и манипуляции с бензопилой и металлоломом другого участника, Ф.М. Айнхайта. Примечательно, что в видеоработах группы камера неизменно фокусируется на наиболее экстремальном моменте, часто не совпадающем с музыкальными и текстовыми акцентами, что ставит физические стратегии EN в привилегированное положение.

В этой связи можно вспомнить, что экстремальная игра на инструменте как способ извлечения принципиально нового звучания также не была новостью для рок-культуры. Тот же Пит Таунсенд вспоминал фразу из лекции джазового музыканта Малкольма Сесила в Илингском колледже: «На контрабасе можно играть в любой технике, какая только придет вам в голову» (Робертс, 2020, с. 44). В качестве подтверждения своих слов лектор продемонстрировал игру на контрабасе посредством обыкновенной пилы (Робертс, 2020, с. 44).

Значение экзальтированной игры EN на самодельных инструментах можно трактовать, обратившись к понятию «добавленной стоимости» М. Шиона (2021). Добавленная стоимость при визуальном слушании, т. е. возникающая от включения визуальных эффектов в презентацию музыкального материала, способна корректировать восприятие слышимого (Шион, 2021, с. 197). Так, громкость кажется выше, если исполнитель использует экспрессивную жестикуляцию (Шион, 2021, сс. 197–198). При этом, по аналогии с концепцией аудиовидения, музыкальная партия воспринимается основным источником возникающих смыслов и эффектов (Шион, 2021, сс. 195–197). Акцентированная брутальная подача и без того сложной работы EN со строительными материалами и орудиями становится мощным инструментом шумовой нагрузки и максимально усиливает ее при живом восприятии. В видео подобные приемы, напротив, способны компенсировать ее недостаток, поддерживая радикальность стиля группы.



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

Абсолютная «немузыкальность» большинства задействованных EN инструментов предельно минимизирует зависимость исполнения композиции от «техники». Поскольку ударить по металлическому предмету можно бесконечно разными способами, преимущество музыкантов становится расширенный диапазон перформативных приемов и зрительных образов. Так, в видео «Die Interimsliebenden» («Tabula Rasa», 1993) отчетливо видно, как схожие друг с другом звуки извлекаются из одного и того же предмета множеством способов — как путем методичных ударов по нему, так и гневным или небрежным броском об пол. При этом разница заключается в степени выразительности жеста, который может быть по-разному семантически окрашен, а также в характере падения «инструментов» (в видео несколько раз крупным планом показывается вращение упавших со звоном металлических колец). Таким образом, освобождение от музыкального реализуется в пользу большей визуальной вариативности, что автоматически подразумевает ее особую акцентуацию.

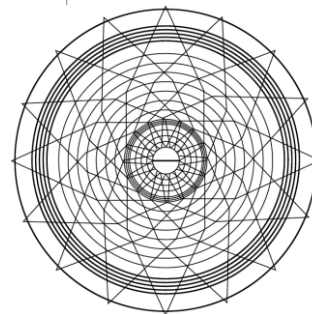
Дж. Шряне, обозначая шум в работах EN как «ощущаемую физическую силу», отмечает мысль П. Хегарти о бессодержательности шума и его способности апеллировать к бессознательному (Hegarty, 2007, p. 124, as cited in Shryane, 2011, p. 49). Однако посредством визуальных эффектов группе удается достичь определенного означивания шума, — например так, чтобы дадаистский отказ от смысла приобретал оттенок мрачной эстетики индустриальных районов Западного Берлина. Не только слово, но и жест, с помощью которого музыканты извлекают звук из инструментов, дополняет образ, который сам по себе шум не может сконструировать. Индустриальный скрежет призван задавать общую атмосферу энтропии, однако движения, жесты и локации конкретизируют его и доводят до репрезентации настроений западноберлинских сквоттеров, которых представляют EN. Кроме того, действия группы символизируют предельную радикальность ее творческого подхода, а также визуализируют один из ее основных посылов: «Стремление появляется из хаоса» («Sehnsucht (Zitternd)»). («Halber Mensch», 1985).

Еще одно следствие подобных манипуляций с инструментами — освобождение от самой связи с коллективом в рамках выступления. Действительно, каждый участник кажется погруженным в свою музыкальную партию/физическую работу, не производя впечатления единства с группой. Подобную визуальную разобщенность можно трактовать как «живой коллаж» — понятие, которым С. Зонтаг определяет такую перформативную форму как хеппенинг (Зонтаг, 1997, с. 41). Схожим принципом коллажа можно охарактеризовать и сам процесс создания музыкальной композиции, при котором

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа*  
*Einstürzende Neubauten*

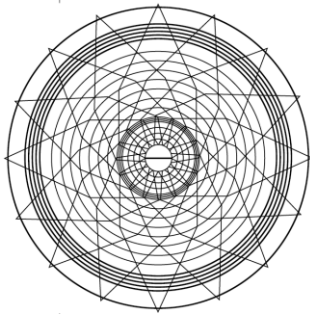


каждый участник разрабатывает свою партию, независимо от остальных (Shryane, 2011, р. 114). При этом, по свидетельству Дж. Шряне, музыкант руководствуется исключительно своей фантазией и несколькими словами-характеристиками на карточках, которые на выбор вытягивают все участники коллектива (Shryane, 2011, р. 114). Это обстоятельство служит еще одним подтверждением многоуровневого «коллажного» характера работ группы. Внешняя отчужденность каждого участника в заданном контексте косвенно способствует формированию определенного образа — решительных, социально и культурно независимых молодых людей послевоенного поколения, представляющих собой хаотическую силу, способную окончательно подорвать шаткое спокойствие города-анклава. Таким образом, EN очевидно выпадают из сугубо музыкального дискурса и, в частности, вопросов рок-культуры и стратегий ее самоутверждения, поскольку их экстремальная игра порождает более широкие визуальные модусы.

### **Сопrotивление медиализации**

Ранние перформансы группы, экзальтированные и непредсказуемые, могли предложить своей аудитории не только зрелищность, но и участие в разгроме площадок и нанесении увечий самим музыкантам. Помимо наследуемого от авангарда стремления устранить дистанцию между художником и публикой (Henry, 1989, pp. 2–4, по О'Хара, 1999/2003, сс. 44–67), в 1960–1970-х гг. подобные интеракции, по мнению Э. Фишер-Лихте, становились инструментом сопротивления медиализации культуры (Фишер-Лихте, 2015, с. 125).

Изначально экстремальным экспериментам EN полностью удовлетворяет формат живых выступлений и сайт-специфичных работ — единственно возможный для новоиспеченной группы и максимально полярный по отношению к диджитализации музыки (Shryane, 2011, р. 104). Однако по мере развития своей творческой деятельности группа начинает активно прибегать к форме музыкального видео, в чем сказывается опыт идейных и музыкальных предшественников из числа панков и индастриал-коллективов, которые, как утверждает Ник Коуп, обладали особой «восприимчивостью к мультимедийному производству» (Cope, 2012, р. 27, as cited in: Goddard, 2017, «Introduction: Industrial Music, Video, and Audiovision»). Чтобы прояснить специфику симбиоза столь различных подходов в творческих установках EN и выяснить, каким образом они поддерживают свой авангардистский имидж в условиях медиализации, снова обратимся к знаменитому фильму-концерту Сого Исии «Halber Mensch» 1985 г. и моменту, который, на наш взгляд, лучше всего иллюстрирует отношения группы с медиа.



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

Эпизод «Sehnsucht» открывается видом на груду выброшенных телевизоров, одновременно и достаточно неожиданно включающихся и транслирующих одно и то же изображение — логотип EN. На первый взгляд, демонстрация отличительного знака группы — паттерн, типичный для фильмов-концертов, рассчитанных на широкий показ. Однако от проведения подобной линии преемственности зрителя сразу уводит сам контекст: это репрезентация индустриальной свалки, в чем читается насмешка над медиакультурой и самой формой концерта как массового развлекательного мероприятия. Это можно трактовать и как мрачную пародию на магазины техники и электроники, в которых представленные телевизоры одновременно транслируют один и тот же видеоматериал. Кроме того, груда «выброшенных» телевизоров кажется достаточно упорядоченной, практически скульптурной. Наконец, кадр очевидно отсылает к происхождению музыкальных инструментов EN.

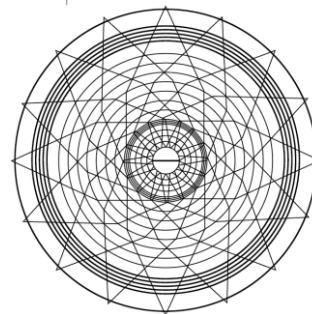
М. Годдард упоминает одну из установок индастриал-группы Throbbing Gristle: «Делай собственное TV, собственные видео, собственный имидж. Это быстрая новая форма коммуникации...» (Dwyer and Throbbing Gristle in Vale and Juno eds., 1982, p. 65, as cited in Goddard, 2017, «Introduction: Industrial Music, Video, and Audiovision»). Подобный мотив собственного телевидения и телевизоры как «важный реквизит» обнаруживаются и в ранних видеоработах коллектива Test Dept (Goddard, 2017, «Program for Progress: The Audiovisual Political Mise-en-scène of Test Dept's Total State Machine»). Можно предположить, что фильм Сого Исии открывается трансляцией общего для индастриал-групп кода.

Представление концерта посредством списанных в утиль телевизоров, прежде всего, сигнализирует о том, что он не предназначен для просмотра, не проникает в дома, чтобы развлечь. Напротив, это то, что общество потребления отринуло от себя как нефункциональное, что в равной степени можно применить буквально к выброшенной технике и символически — к рок-культуре, в особенности к панку, утратившему свою реакционность. Поэтому рассматриваемый кадр — не просто провозглашение своей независимости в музыкальной индустрии, но моментальная манифестация социальной и культурной демаркации между обществом потребления и теми, кто оказался на его обочине, в данном случае, западноберлинскими сквоттерами. Как известно, социальная идентичность во многом диктует слушателю его музыкальные предпочтения (Webster, 2021, p. 2). Превращение зрителя в свидетеля скрытой активности подразумевает своего рода приобщение к этой

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа*  
*Einstürzende Neubauten*



социальной группе, что можно расценивать как попытку преодолеть барьер, который возникает между музыкантами и их аудиторией в условиях видео.

Этот кадр также символизирует альтернативную жизнь того, что было списано со счетов, будь то внезапно включающиеся неисправные телевизоры или маргинализированное сообщество сквоттеров и их «неправильная» эстетика. И это новое, зарождающееся в недрах промышленных джунглей, несет обществу не только насмешку, но и угрожающее сообщение — угрожающее своим деструктивным характером, инаковостью, а также тем, что подобная интервенция потенциально возможна посредством натурализованного для этого общества устройства. Таким образом, EN демонстрируют свое критическое отношение к средствам коммуникации как к агентам социокультурной организации и одновременно готовность превратить их в аванпост подрыва популярной культуры.

Результатом работы с громоздкими и даже потенциально опасными музыкальными инструментами становятся беспорядочно разлетающиеся обломки антуража площадок, которые крушат музыканты, а также появляющиеся от этого раны (Shryane, 2011, р. 91–92). Не последнюю роль в нанесении подобного ущерба играла и публика, что в определенной мере также сближает практики EN, панков и футуристов (Henry, 1989, р. 4, по О'Хара, 1999/2003, сс. 44–67). Кроме того, неизбежны аналогии с радикальной телесностью перформанса (Shryane, 2011, р. 90), среди исторических параллелей которой Э. Фишер-Лихте выделяет уличные представления, такие как хождение по канату или глотание огня (Фишер-Лихте, 2015, с. 21).

В своих видеоработах группа также стремится артикулировать подобные практики и способы производства звука, остающиеся за кадром. EN адаптируют свои определяющие стратегии к формату видео путем перевода этих стратегий в систему знаков и символов. Так, экстремальная телесность проявляется опосредованно, напоминая знаки-индексы и «следы когда-то-бывшего-присутствия» в соответствии с теориями Р. Краусс и Р. Барта (Краусс, 2003, с. 216).

Например, в эпизоде «Zerstörte Zelle» (фрагмент фильма «Halber Mensch», реж. Сого Исии, 1985) один из кадров фиксирует стекающую по искореженным обломкам кровь как след, оставленный перформансом и намекающий на его болезненность. Съемка едва ли способна произвести психологический эффект от наблюдения телесных истязаний, равный «живому» восприятию. Поскольку зритель не является свидетелем и участником того, что спровоцировало кровопролитие, он также не может быть уверенным, что эта кровь действительно принадлежит музыкантам и стала (не-)преднамеренным результатом особенно



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

истового исполнения. К мысли о возможной реальности произошедшего нас во многом подталкивают представления об авангардистском имидже группы, основанные на ее «живых концертах». При этом авангард понимается как экстремальная художественная форма. Подобными элементами коллектив указывает на обязательное присутствие своих радикальных телесных практик как неизменного компонента исполнения. Таким образом, посредством акцентуации авангардистских аллюзий EN косвенно намекают на дистанцирование от популярной культуры и медиализации.

### **Стратегии против искусства**

Э. Кирни выделяет в качестве особенности авангарда первой половины XX в. неприятие системы художественных ценностей, практик и критериев, таких как оригинальность, что выразилось апроприацией традиционных образов (Kearney, 2022, «Appropriation as an art practice»). Этот прием активно используют и индустриал-коллективы, например, Laibach, обнажающие в своих видеоработах острые социально-политические аналогии (Goddard, 2017, «'You will see Darkness': Laibach TV, Video and Audiovisuals»). EN в большей степени заимствуют символы и стратегии самого авангарда, что нередко направлено не только против абстрактного понятия массовой культуры, — на что, как правило, указывает большинство исследователей, — но и против «высококолобого» искусства.

Первое объяснение подобного отрицания, так же как и демонстрация дилетантизма и ошибок, — наследие панка (Hebdige, 2002, pp. 109–111), а также собственная социокультурная среда. EN, практически маргинализированной сквоттерской молодежи, бегство от общественного вкуса далось максимально легко — деструктивная эстетика нашлась в своей среде буквально под ногами. Однако можно предположить, что выбор локаций и связанных с ними репрезентаций, манифестирующий отрицание культурной конвенции, стал для группы максимально естественным во многом благодаря творческим поискам, захлестнувшим 1970-е гг.

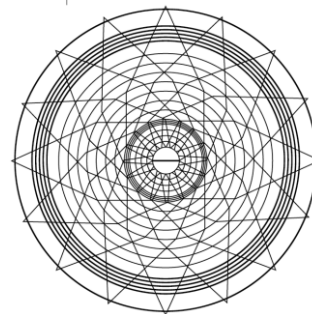
Как известно, в это время экспериментаторы в различных жанрах и техниках, таких как сайт-специфичные работы или музыкальные выступления, находят убежище в различных альтернативных пространствах (Фостер и др., 2015, с. 620). Подобное стремление организовать хеппенинг в максимально нетипичных и даже отталкивающих ландшафтах С. Зонтаг связывает с отрицанием музейной элитарной трактовки искусства (Зонтаг, 1997, с. 41). Этому критерию соответствуют и выступления EN, отмеченные неприглядными индустриальными локациями.



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа*  
*Einstürzende Neubauten*



Однако если 1970-е гг. подготовили забытые ландшафты к роли цитадели альтернативного искусства, то последующее десятилетие превратило заброшенные постройки в музейный тренд и коммерчески выгодный «художественный парк аттракционов» (Фостер и др., 2015, с. 621). Конец 1970-х–1980-е гг. — время активной «институционализации альтернативных пространств» наподобие заброшенных фабрик и появления программ их поддержки, финансируемых правительствами (Фостер и др., 2015, сс. 621–622). EN, широко ассоциирующиеся с поэтикой индустриальных районов Западного Берлина и использованием самодельных инструментов в дадаистском ключе, в целом оказывались созвучны достаточно актуальной эстетической парадигме. Это обстоятельство во многом объясняет, почему Центр ICA (Лондон) в 1984 г. разрешил EN провести свой знаменитый перформанс.

«The Concerto for Voices and Machinery», названный «перформансом» самими EN (How to Destroy the ICA with Drills, 2007), действительно соответствовал подобной характеристике по целому ряду параметров. Примечательно и его сходство с практиками американского художника Гордона Матта-Кларка, получившими название анархитектура, в частности, с его работой «Этажи Бронкса» (1973), которая представляла собой череду разрезов в перекрытиях одного из заброшенных нью-йоркских строений.

EN предприняли по-настоящему деструктивную акцию, проломив пол на сцене и едва не открыв доступ к туннелям, проходящим под Букингемским дворцом (How to Destroy the ICA with Drills, 2007; Reynolds, 2011, p. 50). Трудно определить, содержался ли в этой акции социально-политический подтекст или это была своеобразная ирония над английской идентичностью. Однако наблюдатели восприняли происходящее с воодушевлением и присоединились к перформансу (How to Destroy the ICA with Drills, 2007). По всей видимости, в ICA были готовы к созданию шумового пространства и безопасным репрезентациям андеграундной эстетики, но не могли предположить буквальное физическое разрушение, а потому прервали перформанс (How to Destroy the ICA with Drills, 2007), несмотря на его авангардистские коннотации. Действие, которое осуществили EN, в некотором смысле оказалось бунтом против современного искусства и элитарной музейной среды. Симптоматично, что пространственные интервенции EN наследуют именно работам Матта-Кларка, стоявшего у истоков формирования очагов альтернативного искусства в нетипичных площадках (Фостер и др., 2015, с. 620).

Используя созвучность своего имиджа тенденциям современного искусства, EN совершают культурную диверсию и практически насмеваются и над



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

«легализованной» альтернативой, и над навешанным на них самих ярлыком. Интервью с бас-гитаристом группы Александром Хаке (How to Destroy the ICA with Drills, 2007) действительно кажется наполненным сарказмом относительно произошедшего и даже самого наименования «перформанс». Тем более иронично обстоятельство реконструкции «The Concerto for Voices and Machinery» в 2007 г. (Reynolds, 2011, pp. 49–50), что можно объяснить утвердившейся к тому моменту культовостью и «авангардностью» группы.

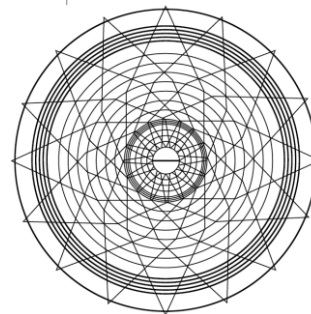
В некоторых работах апроприация образов и стратегий авангарда также становится средством борьбы EN с историческими травмами и самим авангардом. Особенно показательным видео на композицию «Blume» («Tabula Rasa», 1993). Практически реконструируя обстановку мастерской Луиджи Русоло, заставленной звуковыми модуляторами Интонарумори, музыканты отсылают к истокам шумовых экспериментов и одновременно отрицают их. Э. Кирни развивает мысль Х. Фостера касательно отличительной для авангарда, а затем и неоавангарда практики повторения, при которой происходит рождение альтернативных оттенков смысла и полемика между предшествующей и новой парадигмой (Foster, 1996, as cited in Kearney, 2022, «Appropriation as an art practice»). Поэтому большую значимость в контексте «Blume» представляют не подобные внешние параллели, а то, как именно и с какой целью группа ведет диалог с наследием футуризма.

Широко известна своеобразная манифестация футуристами своей неприязни по отношению к женщинам и пацифистам (Russo & Warner, 1987–88, p. 62). EN никогда не придерживались милитаристских или женоненавистнических взглядов, однако их ранние гендерные репрезентации тяготеют, скорее, к футуристической эстетике. Группа, несмотря на влияние знаменитого концепта Вальтера Беньямина «Деструктивный характер», который, как известно, «молод и весел» (Benjamin, 1972/1991, p. 397; Shryane, 2011, pp. 16–17), олицетворяют бунт, отличный и от мнимой несерьезности дадаистов, и от юношеской ярости панка. Мари А. Скв акцентирует внимание на культивируемом панком инфантилизме. В качестве одного из его проявлений исследовательница выделяет внешнюю андрогинность — как «отказ взростеть» (Skov, 2018, 35). Музыканты EN определенно не выглядят андрогинами (за исключением более нюансированного образа лидера группы, Бликсы Баргельда), олицетворяя, скорее, суровую и иногда мрачную, практически футуристическую маскулинность, поддерживаемую использованием опасных инструментов, ассоциирующихся с тяжелым физическим трудом. Очевидно, посредством гендерных репрезентаций группа восстает не только против массовой культуры, но также против канонов жанра.

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*



Однако в работе «Blume» в эпицентр действия, происходящего в футуристической мастерской, помещена женщина. Она единственная, кто использует громкоговоритель (свою партию Баргельд исполняет без него), а потому воспринимается выразителем главной идеи, которая из ее уст звучит парадоксально тихо, практически шепотом. Подобное звучание резко и намеренно контрастирует не только с привычным стилем коллектива (Shryane, 2011, p. 101), но также с «культом шума» — чертой, опасно сближающей эстетические системы футуризма и фашизма (Russo and Warner, 1987–88, p. 62).

В качестве кульминации шумовые инструменты Интонарумори акустически и символически «разоружаются» посредством «распускающихся» прямо из них цветов («Blume» — «цветок»). Можно предположить, что с помощью подобной интерпретации группа работает с трагической исторической и культурной вехой, и воинственная, подчеркнута маскулинная риторика футуризма в их исполнении меняется на диаметрально противоположную — пацифистскую, с главенствующим положением женщины.

Представив нетипичную для себя мелодичную композицию, группа, с одной стороны, очевидно, отходит от привычных футуристских и дадаистских стратегий. Однако визуальным рядом с подобными отсылками музыканты, во-первых, сообщают, что они по-прежнему претендуют на преемственность в рамках авангардистского этоса, и, во-вторых, намекают на свое отношение к спорным моментам в эстетике художественного течения, инспирировавшего их творчество, и тем самым косвенно транслируют свою позицию по отношению к общему для Германии и Италии болезненному прошлому. И, наконец, EN предпринимают своеобразную попытку переформулирования футуризма без воинственных и женоненавистнических подтекстов, тем самым предлагая его витальную версию в условиях новых историко-культурных реалий.

### **Заключение**

Как мы могли убедиться, распространенное понимание Einstürzende Neubauten как «авангардного» коллектива в значительной мере обусловлено спецификой визуального компонента перформативных практик группы. Знаменитые шумовые эксперименты коллектива представляют лишь один из множества симптомов авангардистской преемственности. Визуальные репрезентации в творчестве EN становятся эффективным способом выстраивания коммуникации со своей аудиторией, а также определения границ своего присутствия в медиакulturе. Приходится признать наличие лакун в современном понимании взаимоотношений между искусством XX в. и творчеством западноберлинских объединений 1970–1980-х гг., что открывает возможности для включения новых исследовательских подходов



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

в анализ данного предмета. Комплексная оценка наследия индустриал-групп препятствует его консервации в мифологизированных представлениях, интегрируя феномен рок-музыки в разнообразные процессы социокультурных изменений.

### БИБЛИОГРАФИЯ

Зонтаг, С. (1997). Мысль как страсть (Б. Дубин, ред., пер.). Русское феноменологическое общество.

Краусс, Р. (2003). Подлинность авангарда и другие модернистские мифы. Художественный журнал.

О'Хара, К. (2003). Философия панка: больше чем шум (О. Аксютина, А. Артюх, П.С. Чесноков, пер.). Нота-Р.

Робертс, М. (2020). Как художники придумали поп-музыку, а поп-музыка стала искусством. Ад Маргинем Пресс.

Фишер-Лихте, Э. (2015). Эстетика перформативности (Д.В. Трубочкин, ред.), (Н. Кандинская, пер.). Канон+.

Фостер, Х., Краусс, Р., Буа, И.-А., Бухло, Б. Х. Д. и Джослит, Д. (2015). Искусство с 1900 года: модернизм, антимодернизм, постмодернизм (А. Шестаков, А. Фоменко, Л. Ащеулова, ред.), (А. Бобриков, Г. Абдушелишвили, пер.). Ад Маргинем Пресс.

Шион, М. (2021). Звук: слушать, слышать, наблюдать (И. Кушнарева, пер.). Новое литературное обозрение.

Benjamin, W. (1972/1991). Der destruktive Charakter. In W. Benjamin, *Gesammelte Schriften*. (Bd. IV.1, S. 396-398). Suhrkamp.

Cloonan, M. (2005). What is Popular Music Studies? Some observations. *British Journal of Music Education*, 22(1), 77–93. <https://doi.org/10.1017/S026505170400600X>

Goddard, M. (2017). Audiovision and Gesamtkunstwerk: The Aesthetics of First- and Second-Generation Industrial Music Video. In Arnold, G., Cookney, D., Fairclough, K. & Goddard, M. (Eds.), *Music/Video: Histories, Aesthetics, Media* (pp. 163–180). Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501313943.ch-015>

Hacke, A. (2007, February 15). How to destroy the ICA with drills. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2007/feb/16/popandrock1>

Hebdige, D. (1979/2002). *Subculture: The Meaning of style*. Taylor & Francis e-Library.

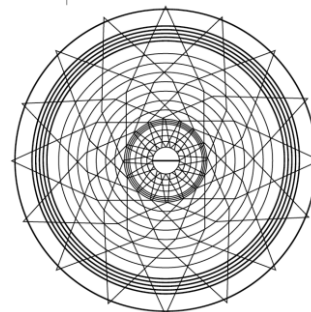
Kahn, D. (2012). Noises of the Avant-garde. In J. Sterne (Ed.), *The Sound Studies Reader* (pp. 427–448). Routledge.

Kearney, A. (2022). Infinite Mirror: Critical Reflections on Wayne Barker's Strategies of Appropriation. *Critical Arts*. <https://doi.org/10.1080/02560046.2021.2011346>

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*



Macdonald, C. (2010, December 15). Building an Iconic Sound: Einstürzende Neubauten. XLR8R. <https://xlr8r.com/gear/70-4/>

Reynolds, S. (2011). *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. Faber and Faber, Inc. An affiliate of Farrar, Straus and Giroux.

Russo, M. & Warner, D. (Fall-Winter 1987-88). Rough Music, Futurism, and Postpunk Industrial Noise Bands. *Discourse*, 10(1), 55–76.

Schafer, R. M. (2012). The Soundscape. In J. Sterne (Ed.), *The Sound Studies Reader* (pp. 95–103). Routledge.

Shryane, J. (2011). *Blixa Bargeld and Einstürzende Neubauten: German Experimental Music. 'Evading Do-re-mi'*. Ashgate Publishing.

Skov, M. A. (2018, November 15). The Art of the Enfants Terribles: Infantilism and Dilettantism in Punk Art. *RIHA Journal* 0201. <https://www.riha-journal.org/articles/2018/0201-skov>

Webster, J. (2021). The promise of personalisation: Exploring how music streaming platforms are shaping the performance of class identities and distinction. *New Media & Society*, 00(0), 1–23. <https://doi.org/10.1177/14614448211027863>



## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент  
формирования авангардистского имиджа  
Einstürzende Neubauten*

# PERFORMATIVE PRACTICES AS A TOOL OF THE AVANT-GARDE IMAGE FORMATION OF EINSTÜRZENDE NEUBAUTEN

**Sych O. N.**

Student of Doctoral Programme «Art and Design»  
at the National Research University  
Higher School of Economics  
(Moscow, Russia)  
[osych@hse.ru](mailto:osych@hse.ru)

### **Abstract:**

The article focuses on the visual aspects of the performative practices of Einstürzende Neubauten, which largely determined the perception of the band as representatives of neo-avant-garde. The author investigates the ways the avant-garde strategies and representations of the group become a means of combating medialization, contemporary art, and avant-garde heritage itself.

**Keywords:** Einstürzende Neubauten, avant-garde, performance art, happening, futurism, collage, deconstruction, audience

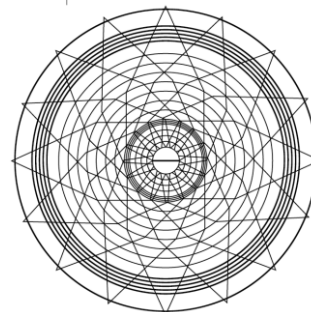
### **REFERENCES**

- Benjamin, W. (1972/1991). Der destruktive Charakter. In W. Benjamin, *Gesammelte Schriften*. (Bd. IV.1, S. 396-398). Suhrkamp.
- Cloonan, M. (2005). What is Popular Music Studies? Some observations. *British Journal of Music Education*, 22(1), 77–93. <https://doi.org/10.1017/S026505170400600X>
- Fisher-Likhte, E. (2015). *Estetika performativnosti* (D.V. Trubochkin, Ed.), (N. Kandinskaya, Trans.). Kanon+.
- Foster, Kh., Krauss, R., Bua, I.-A., Bukhlo, B. Kh. D. & Dzhoslit, D. (2015). *Iskusstvo s 1900 goda: modernizm, antimodernizm, postmodernizm* (A. Shestakov, A. Fomenko, L. Ashcheulova, Eds.), (A. Bobrikov, G. Abdushelishvili, Trans.). Ad Marginem Press.
- Goddard, M. (2017). Audiovision and Gesamtkunstwerk: The Aesthetics of First- and Second-Generation Industrial Music Video. In Arnold, G., Cookney, D., Fairclough, K. & Goddard, M. (Eds.), *Music/Video: Histories, Aesthetics, Media* (pp. 163–180). Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501313943.ch-015>
- Hacke, A. (2007, February 15). How to destroy the ICA with drills. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2007/feb/16/popandrock1>
- Hebdige, D. (1979/2002). *Subculture: The Meaning of style*. Taylor & Francis e-Library.

## [Научные статьи]

Сыч О. Н.

*Перформативные практики как инструмент формирования авангардистского имиджа*  
*Einstürzende Neubauten*



Kahn, D. (2012). Noises of the Avant-garde. In J. Sterne (Ed.), *The Sound Studies Reader* (pp. 427–448). Routledge.

Kearney, A. (2022). Infinite Mirror: Critical Reflections on Wayne Barker's Strategies of Appropriation. *Critical Arts*. <https://doi.org/10.1080/02560046.2021.2011346>

Krauss, R. (2003). Podlinnost' avangarda i drugie modernistskie mify. *Khudozhestvennyy zhurnal*.

Macdonald, C. (2010, December 15). Building an Iconic Sound: Einstürzende Neubauten. *XLR8R*. <https://xlr8r.com/gear/70-4/>

O'Khara, K. (2003). *Filosofiya panki: Bol'she chem shum* (O. Aksyutina, A. Artyukh, P.S. Chesnokov, Trans.). Nota-R.

Reynolds, S. (2011). *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. Faber and Faber, Inc. An affiliate of Farrar, Straus and Giroux.

Roberts, M. (2020). *Kak khudozhniki pridumali pop-muzyku, a pop-muzyka stala iskusstvom*. Ad Marginem Press.

Russo, M. & Warner, D. (Fall-Winter 1987-88). Rough Music, Futurism, and Postpunk Industrial Noise Bands. *Discourse*, 10(1), 55–76.

Schafer, R. M. (2012). The Soundscape. In J. Sterne (Ed.), *The Sound Studies Reader* (pp. 95–103). Routledge.

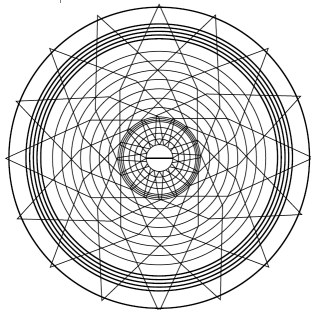
Shion, M. (2021). *Zvuk: slushat', slyshat', nablyudat'* (I. Kushnareva, Trans.). *Novoe literaturnoe obozrenie*.

Shryane, J. (2011). *Blixa Bargeld and Einstürzende Neubauten: German Experimental Music. 'Evading Do-re-mi'*. Ashgate Publishing.

Skov, M. A. (2018, November 15). The Art of the Enfants Terribles: Infantilism and Dilettantism in Punk Art. *RIHA Journal* 0201. <https://www.riha-journal.org/articles/2018/0201-skov>

Webster, J. (2021). The promise of personalisation: Exploring how music streaming platforms are shaping the performance of class identities and distinction. *New Media & Society*, 00(0), 1–23. <https://doi.org/10.1177/14614448211027863>

Zontag, S. (1997). *Mysl' kak strast'* (B. Dubin, Ed, Trans.). *Russkoe fenomenologicheskoe obshchestvo*.



## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*

### СВЕТ, ПРОСТРАНСТВО, ВОСПРИЯТИЕ: ВЗАИМОСВЯЗЬ И ДИЗАЙН ВИЗУАЛЬНОЙ СРЕДЫ<sup>1</sup>

**Петти М. М.**

Ph.D., профессор Университета Мэсси  
(Палмерстон-Норт, Новая Зеландия)  
[m.petty@massey.ac.nz](mailto:m.petty@massey.ac.nz)

**Аннотация:**

Роль света как главного агента в сенсорном восприятии физического мира была предметом исследования и дебатов с древнейших времен. Как правило, эти обсуждения часто концентрировались на механизмах зрения и физиологических процессах восприятия, – как глаз «видит», как происходит восприятие и где происходит процесс зрительного восприятия. В философии, науке, искусстве и религии свет был связан с видением в дискурсе чувственного восприятия различных визуальных явлений. В настоящей публикации, представляющей собой перевод с английского языка научной статьи, автором обосновывается тезис о том, что в современном развитии все более мощных форм искусственного освещения все большее внимание уделяется способности света направлять, формировать и реконфигурировать визуальную среду. В этом смысле, с точки зрения современной архитектуры и интерьеров, искусственный свет считается беспрецедентным средством «придания формы» и воздействия на восприятие человека.

**Ключевые слова:** свет, свет и пространство, световая архитектура, электрический свет, искусственное освещение, дизайн освещения, техника света, пространственная люминесценция, перцептивные световые устройства, восприятие света, эстетические качества света, визуальная красота

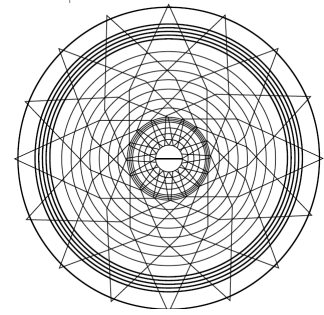
<sup>1</sup> Перевод выполнен по изданию: Petty, M. M. (2015). Light, space, perception: Relationality and the design of the visual environment (I. Frank, Ed.). Raum\_Atmospherische Informationen: Architektur und Wahrnehmung (pp. 180–189). Park Books. **Переводчик:** Липов А. Н., кандидат философских наук, научный сотрудник сектора эстетики Института философии РАН.



## [Научные статьи]

Петти М. М.

Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды



*Если бы мы хотели начать с первых причин зрительного восприятия, то обсуждение света должно было бы предшествовать всем остальным, поскольку без света глаза не видят ни формы, ни цвета, ни пространства, ни движения. Но свет – это нечто большее, чем просто физическая причина того, что мы видим. Даже в психологическом плане он остается одним из самых фундаментальных и сильных человеческих переживаний.*

– Рудольф Арнхейм, 1954<sup>2</sup>

Роль света как основного агента в сенсорном восприятии физического мира была предметом исследований и дебатов с древности. Эти дискуссии часто сосредоточены на механизмах зрения и физиологических процессах восприятия, – как глаз «видит», как происходит восприятие и где происходит процесс зрительного восприятия. В философии, науке, искусстве и религии свет был связан со зрением в рассуждениях о восприятии различных визуальных явлений. С развитием современности и все более мощных форм искусственного освещения все больше внимания уделяется способности света направлять, формировать и изменять конфигурацию визуальной среды.

В частности, в современной архитектуре и интерьерах искусственный свет рассматривается как беспрецедентное и не имеющее аналогов новое средство придания формы и создания восприятия. Хотя различные формы искусственного освещения, от сального масла до свечей, использовались для освещения архитектуры и интерьеров на протяжении тысячелетий, только во второй половине XIX века с появлением большего разнообразия типов освещения с растущими уровнями эффективности и управляемости искусственный свет стал архитектурной проблемой.

А когда XIX век подошел к концу, эта проблема превратилась в кризис, который, по мнению некоторых, угрожал самому облику и восприятию архитектуры. Профессор архитектуры Массачусетского технологического института К. Говард Уокер был одним из первых, кто обратился к этому конфликту. В частности, он был обеспокоен несоответствием между визуальными свойствами электрического света и сохранением традиционной практики освещения, основанной на использовании пламени.

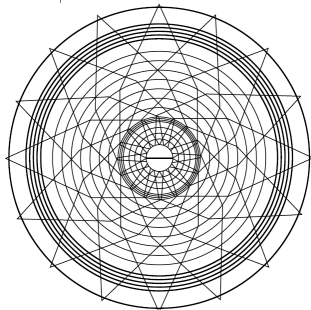
### **Свет и чувственное восприятие архитектуры**

Хотя различные формы искусственного освещения, от сального масла до свечей, использовались для освещения архитектуры и интерьеров на протяжении тысячелетий, только во второй половине XIX века с появлением большего разнообразия типов освещения с растущим уровнем эффективности и управляемости искусственный свет стал архитектурной проблемой. Пламенные светильники должны были поддерживаться на расстоянии от стен и потолков; они должны были гореть вертикально; и для их горения требовался приток свежего воздуха.

Большинство светильников на основе пламени были довольно тусклыми, и затенение не рекомендовалось. Кроме того, эти доэлектрические светильники должны были находиться в пределах досягаемости, чтобы их можно было зажечь и погасить при каждом использовании; они также выделяли значительное

---

<sup>2</sup> Arnheim, 1954, p. 303



## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*

количество тепла и дыма, и риск пожара был постоянным (Schivelbusch, 1995, pp. 155–188). Электрический светильник, однако, можно было установить в любом месте, в любом положении. По сравнению с газом или свечами тепловыделение было незначительным, а дым и гарь отсутствовали.

Электрический свет предлагал свободу и контроль над освещением, которые ранее были невозможны, возможно, даже невысказаны. Более того, не только свойства электрического света были радикально иными, но и его внешний вид и эффект не были похожи ни на что ранее испытанное. Блеск электрического освещения потребовал пересмотреть роль света в композиции пространства и архитектуры.

Сложное историческое развитие дизайна освещения в течение XX века было вызвано рядом мощных сил, включая технологический и профессиональный вызов устоявшейся дисциплине архитектуры, представленной электрическим светом, экономическими интересами электрических коммунальных служб, производителей освещения и большие отраслевые интересы и смягчение инженерных границ в эпоху технологической эстетики, а также интересы ряда дизайнеров и защитников дизайна в кооптации этой новой светящейся территории для определения эстетического стиля, представленного в американском модернизме.

Уже в начале XX века Уокер признал, что по мере того, как менялись формы и способы использования света, менялось и восприятие архитектуры, но не практика (Isenstadt, 2018, pp. 236–238). В своем докладе, представленном в еще в 1907 году только что образованному «Обществу инженеров по освещению», его член – Джон Уокер высказал мысль о том, что характер и расположение электрического освещения является единственным наиболее важным фактором, влияющим на внешний вид и восприятие архитектуры. Различая характер отраженного, рассеянного и прямого света, он утверждал, что наилучшие результаты могут быть достигнуты при использовании отраженного света.

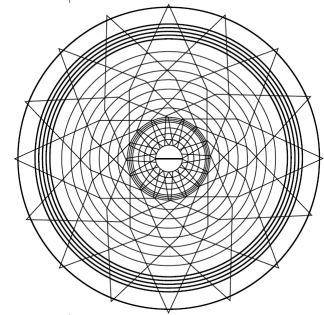
Однако Уокер предположил, что более сложные и приятные эффекты могут быть получены при использовании прямого света в сочетании с отраженным, что, по его мнению, обеспечивает «новый и совершенно отдельный замысел... т.е. создание дизайна в свете, который сам по себе ассоциируется с архитектурой... указывая на ее структуру, но не на ее массу» (Isenstadt, 2018, p. 237). В связи со вторым пунктом Уокер осудил ряд современных популярных практик освещения, включая «обводку», при которой архитектурные элементы зданий прорисовывались серией отдельных, неэкранированных ламп. В частности, его беспокоило использование аутлайнинга для акцентирования вертикальных структурных элементов, что, по мнению Уокера, имело эффект искажения перспективы и поэтому «никогда не должно использоваться там, где желателен вид» (Isenstadt, 2018, p. 54).

По его мнению, гораздо лучших результатов можно добиться, если заглушить источники света, чтобы освещение подчеркивало архитектурный эффект, а не визуально искажало его. Наконец, поднимая вопрос, который еще некоторое время будет служить источником дебатов, Уокер предположил, что для создания действительно успешных зданий архитекторы должны в равной степени учитывать внешний вид зданий в дневное и ночное время. Он призвал архитекторов признать, что хотя внешний вид архитектуры днем по своей сути отличается от ночного, оба аспекта могут быть одинаково приятными и успешными, если только учитывать это различие.

## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*



Он советовал: «Мотив отраженного света сверху, который несет в себе светящиеся глубокие тени, является прекрасным освещением ночью. Оно доставляет новое удовольствие и прекрасно согласуется с любой хорошей архитектурой, но оно отличается от дневного света». Это была не архитектурная проблема, как описывал Уокер, а вызов визуальным ожиданиям, вызванный фундаментальными изменениями в ночной визуализации и восприятии архитектуры с появлением электрического света.

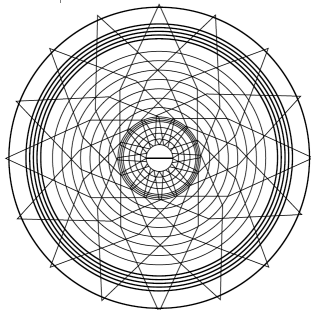
Когда электрическое освещение впервые появилось в конце 1870-х годов, газовое освещение было устоявшейся и широко распространенной технологией освещения с более чем столетней историей развития, однако к началу века становилось все более очевидным, что электрический свет станет доминирующим источником освещения в двадцатом столетии. Быстрое инфраструктурное развитие распределительных сетей для электричества, сначала подражавших, а затем усовершенствованных по сравнению с газовой промышленностью, быстро аннигилировало большую часть существующего рынка газового освещения. В эти годы росли спекуляции о потенциале электрического света и восхваления его уникальных свойств.

Всего через три месяца после публикации статьи Уокера «Электрический свет в связи с архитектурой» Бассет Джонс, основатель и член «Общества инженеров-просветителей» (Illuminating Engineering Society) и уважаемый инженер по освещению, опубликовал ответ: «Отношение архитектурных принципов к практике осветительной техники». Один из самых продуманных призывов к большей чувствительности к эстетическим аспектам и потенциалу архитектурного освещения на тот момент, статья Джонса вызвала горячие и разнообразные отклики, создав прецедент для дальнейших дискуссий о связи между электрическим освещением и эстетическим восприятием архитектуры (Bassett, 1908, pp. 9–65, Arheim, 1954, p. 303).

Начав с того, что некоторые сочли бы обвинением в дисциплинарных недостатках осветительной техники, Джонс открыл свое эссе заявлением: «Успешное освещение сооружений, апеллирующих к чувству прекрасного, требует более или менее развитой симпатии к эстетическим качествам конструкции» (Jones, 1908, p. 9). Однако, как предположил Джонс, чтобы приобрести способность к художественному «сочувствию», необходимо сначала четко понять, что подразумевается под «эстетическими качествами конструкции». Хотя это может показаться очевидным, он утверждал, что «инженер, к сожалению, имеет мало возможностей научиться ценить прекрасное, и его ограниченность в этом отношении часто заставляет его чрезмерно акцентировать внимание на том, что он называет «практическими соображениями».

Цитируя Шекспира и ссылаясь на «Тристана и Изольду» Вагнера, Джонс определил «эстетическую» чувствительность как «гиперлогическое суждение – суждение о чувстве, а не о знании» (Jones, 1908, p. 10). Делая акцент на таких аспектах, как симпатия, узнавание, воображение, согласованность и гармония, он резюмировал: «Восприятие прекрасного зависит от трех вещей: а) удовольствие доставляет форма, а не материал ощущения; б) объект должен быть распознан как подразумевающий отношения, не присутствующие непосредственно; в) должна существовать некая согласованная серия или композиция согласующихся объектов» (Jones, 1908, p. 10). Основываясь на философских и психологических исследованиях восприятия красоты, Джонс отдавал предпочтение абстрактному и чувственному опыту<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Джонс отмечает полезность нескольких текстов на эту тему, в том числе эволюционного психолога Дж. Марк Болдуиноса (Baldwin, 1896), экспериментального психолога Джорджа



## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*

Хотя он утверждал, что это доминирующие способы познания в «цивилизованной» культуре, он должен был понимать, что это также основные средства, с помощью которых световые эффекты выражаются и переживаются. Чтобы убедительно связать использование света в архитектуре с фундаментальным эстетическим переживанием, Джонс обосновал само определение этого ощущения в рамках сущности субъективного визуального восприятия. Аналогично улавливая связь между светом, зрительным восприятием и человеческим восприятием окружающей среды, Чарльз П. Штейнмец, уважаемый математик и главный инженер-консультант компании «General Electric», описал задачу инженера-осветителя как в первую очередь связанную со зрительным восприятием (Kline, 1916, pp. 625-628).

В статье, опубликованной в журнале «Финансовые операции» («IES Transactions») в 1916 году, он дал очень широкое определение этой области, предположив, что это «не инженерия в узком смысле электротехники и машиностроения», а скорее дисциплина с далеко идущими масштабами и потенциалом значительного воздействия на человека в пределах строительной среды<sup>4</sup>. Его методичное описание проблем осветительной инженерии стоит того, чтобы его процитировать: [осветительная техника] представляет собой проблему применения физики, то есть инженерии, к проектированию и строительству осветительной установки. Но продуктом установки является свет, а свет – это физиологический эффект излучения на человеческий глаз, и эффективность освещения, таким образом, входит в сферу физиологии, а также инженерии.

Психологический эффект физиологического явления света – это то, что в значительной степени определяет удовлетворенность освещением, и поэтому психолог становится заинтересованным... Злоупотребление светом, дефекты освещения становятся интересными для офтальмолога. Свет, особенно определенные его формы, оказывает мощное воздействие на живые ткани и тем самым приобретает значение для санитарии, медицины и терапии (Steinmetz, 1916, pp. 625–628).

Переходя от физики к физиологии и психологическим эффектам, Штейнмец обратил внимание на уникальную задачу работы со светом как основным средством чувственного восприятия. Наиболее интересным и оригинальным аспектом дискуссии Штейнмеца было признание им человеческого глаза в качестве конечного объекта процесса проектирования. В отличие от инструментов и направлений других отраслей техники, он утверждал: «Глаз не является физическим инструментом, его шкала – логарифмическая, а не алгебраическая шкала большинства физических инструментов» (Steinmetz, 1916, pp. 625–628). Будучи математиком, он понимал всю сложность попыток сформулировать точные решения для экспоненциальных сложностей человеческого глаза.

Хотя до Штейнмеца подобные вопросы затрагивались и другими авторами, целостная манера, в которой он установил связь между расчетами и применением

---

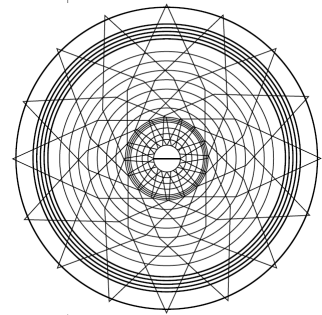
Трамбулла Ледда (Ladd, 1892), Бернарда Босанкета (Bosanquetos, 1892). Последний текст, в котором рассматривается философский дискурс о красоте, в том числе, представления о красоте Бёрка, Хогарта, Рейнольдса, Канта, Шиллера, Гете и Гегеля.

<sup>4</sup> О Штейнметце см.: Kline, R. R., 1992.

## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*



света, а также восприятием и восприятием светового окружения, была исключительной. И хотя он утверждал, что осветительная техника должна охватывать или, по крайней мере, обеспечивать связь между многими отраслями науки и искусства, он, как и его современники, отдавал приоритет архитектуре как основе любого светового решения, заключая, что «проектирование успешного освещения начинается с планов архитектора». В его взглядах молчаливо присутствовало понимание важности пространственного воплощения света в архитектуре.

### **Невидимые механизмы: современная пространственность света**

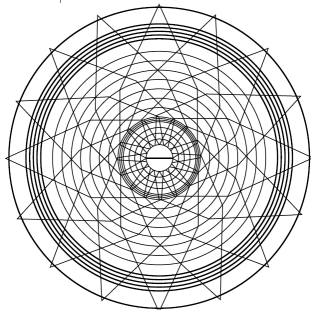
В течение следующих двух десятилетий технология и применение электрического освещения становились все более сложными и более архитектурно интегрированными, и к середине 1930-х годов архитекторы, дизайнеры и критики начали призывать к более широкому использованию непрямого освещения. Они утверждали, что благодаря новым утопленным и отраженным светильникам электрическое освещение обладает огромным потенциалом в качестве современного архитектурного элемента, способного артикулировать поверхности и текстуры, создавать пространственные объемы, и Чейни был особенно ярким сторонником этого.

В своем обзоре американского промышленного дизайна 1936 года «Искусство и машина» он обратил внимание на ценность нематериальности электрического света в композиции современной архитектуры и интерьеров. Как описал Чейни, современный дизайнер при рассмотрении интерьера в первую очередь должен иметь «архитектурную концепцию целого», которая «направлена на единство» и в первую очередь «архитектурная, а не декоративная» (Cheney, 1936 p. 182, pp. 189–90). Акцент на эстетическое единство через геометрические, пространственные элементы определил электрическое освещение как управляющий аспект современного интерьера.

По словам Чейни, «освещение не является фактором поверхности в старом смысле. Оно больше не бросается в глаза. Оно, скорее, пронизательно и ненавязчиво заполняет пространство, которое является первым элементом новой архитектуры» (Cheney, 1936 p. 182). Эта вновь обретенная способность артикулировать пространство с помощью наэлектризованного легкого движения руки – невидимого, проникающего, стала результатом как все более разнообразного применения встраиваемого и непрямого освещения, так и растущего осознания света как механизма модуляции восприятия и, как такового, невероятно адаптируемого пространственного элемента.

### **Дизайн освещения: избирательное визуальное раскрытие**

В то время как Чейни рассуждал о том, что электрический свет может занять ведущее место в качестве средства пространственного дизайна в XX веке, Стэнли МакКэндлесс, архитектор и доцент кафедры театрального дизайна освещения Йельского университета, воплотил эти идеи в жизнь. Имея опыт работы в архитектуре и театре, МакКэндлесс творчески исследовал роль электрического света в построенной среде в своих собственных работах, преподавании и профессиональной практике.



## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*

Придавая большее значение актуальности театра, он предложил: «Свет – это пластичная среда. Он заполняет пространство, хотя мы не думаем об этом так, и мы должны так его спроектировать. Театр – это самый удивительный полигон, который у нас есть... освещение сцены рассматривается полностью с точки зрения достижения желаемого эффекта» (Henly, 1946, p. 12). Переноса уроки сцены на задачи архитектурного светового дизайна, МакКэндлесс подчеркнул важность световых «эффектов» в создании «качества настроения» пространства (McCandless, 1948, pp. 35–37, p. 37).

Тем самым он выдвинул теорию пространственного дизайна, которая вышла за рамки композиции визуальных элементов, предложив использовать электрический свет для проектирования эмоциональных и психологических аспектов среды. Описывая радикальное преобразование среды, вызванное абсолютным контролем современных методов освещения, МакКэндлесс обратил внимание на вновь обретенный потенциал для визуального упорядочивания пространственных композиций с помощью светового дизайна. Он писал, что, вероятно, основная работа дизайнера заключается в выборе и расположении визуальных элементов в определенной композиции.

Дизайн для неконтролируемых условий естественного освещения был стандартом так долго, что трудно осознать масштабы расширенных возможностей, когда яркость, цвет и распределение визуальной среды, света, могут быть выбраны и расположены в сочетании с более привычными элементами дизайна... С помощью искусственного света можно выявить объекты, детали или цвета пропорционально их важности в композиции (McCandless, 1948, pp. 36–37). Огромное преимущество электрического света перед естественным заключалось в его почти безграничной способности изменять конфигурацию визуальных иерархий.

Как он утверждал, «проектируя освещение, мы можем создать условия для зрения с еще большим элементом комфорта, чем тот, который дают неконтролируемые условия естественного света. Естественный свет раскрывает все вещи с неизбирательным равенством» (McCandless, 1948, pp. 6–37). Искусственное освещение, по мнению МакКэндлесса, давало возможность проектировать синергию, создавать гармонию и устанавливать иерархию, отсутствующую в среде, освещенной недифференцирующими лучами естественного света. Обсуждение МакКэндлессом композиционного упорядочивания и визуализации дискретных элементов посредством дизайна света, тени, цвета, текстуры и узора перекликается с аналогичными идеями, выдвинутыми его современником, венгерским эмигрантом в США Дьердем Кепешем.

В книге «Язык зрения», опубликованной в тот же период, когда МакКэндлесс активно продвигал свой подход к дизайну освещения, Кепеш изложил свою теорию «оптической коммуникации», в которой предлагал: «Восприятие визуального образа подразумевает участие смотрящего в процессе организации. Таким образом, восприятие образа – это творческий акт интеграции. Его существенной характеристикой является то, что благодаря пластической силе опыт формируется в органическое целое» (Képes, 1944, pp. 13–14)<sup>5</sup>.

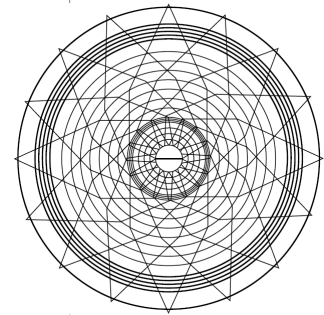
Он считал, что такие визуальные стратегии становятся все более важными в современном мире, обеспечивая перцептивные рамки, с помощью которых можно бороться с «хаосом нашего бесформенного мира». Признавая важность зрения в управлении и определении человеческого восприятия физического мира, Кепеш

<sup>5</sup> Кепеш определил «пластику» как проявление «формирующего качества, превращения сенсорных впечатлений в единые, органические целые.

## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*



утверждал, что оптические элементы и эффекты должны быть основополагающими факторами дизайна. Он утверждал: «Зрение – это прежде всего устройство ориентации; средство измерения и организации пространственных событий. Овладение природой тесно связано с овладением пространством; это и есть визуальная ориентация» (Kéres, 1944, p. 67).

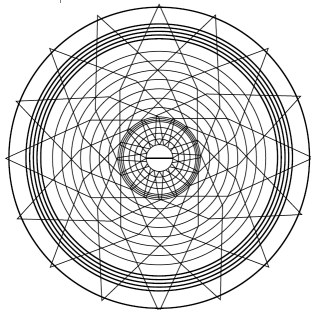
### **Ричард Келли и основные элементы визуального дизайна**

После Чейни, МакКэндлесса, Кепеша и других исследователей пространственных и перцептивных свойств света в 1930-40-х годах был Ричард Келли, американский светодизайнер-самоучка, который по праву считается родоначальником «световой архитектуры» и профессионального светодизайна, стал одним из самых известных и плодовитых консультантов по архитектурному освещению в США в послевоенный период. Огромное уважение, которым пользуется Келли, особенно в сообществе светодизайнеров, в значительной степени основано на его вкладе в профессию путем дистилляции и кодификации существующих теорий визуальной, пространственной и архитектурной композиции в легко постижимую и легко адаптируемую структуру для проектирования с использованием света.

Как и многие до него, от Бассета Джонса до Штайнмеца и МакКэндлесса, Келли считал, что архитектурный дизайн существует только в том виде, в котором его видят», и, следовательно, в акте видения свет является тем средством, которое передает физическую среду через инстинктивные и творческие аспекты перцептивных процессов человека. Он предположил, что если простые световые эффекты апеллируют к инстинктивным реакциям, то сложные и глубокие световые решения могут вызвать более творческие или интеллектуальные реакции. Свет, как архитектурный и пространственный элемент со значительным эмоциональным и когнитивным потенциалом, по мнению Келли, может определять само восприятие и переживание архитектурных пропорций, последовательности и пространственных отношений.

Например, он описал, как «комнаты дома могут быть соединены более тесно или более разделены» путем изменения акцента на сходстве или различии характера в освещении внутренних пространств. Он предложил целый ряд приемов для создания таких перцептивных сдвигов в прочтении архитектурного пространства, включая использование «последовательности фокусных точек», «непрерывной линии акцента, создаваемой освещенным коридором» или «размаха стены, омываемой холодным светом», а также другие визуальные подсказки для направления взгляда.

Используя ряд таких приемов освещения с целью изменить или контролировать визуальное восприятие пространства, Келли предположил, что «дальние уголки приятной комнаты могут вывести воображение за обычные границы помещения» (Kelly, 1952, p. 67). В 1952 году Келли сформулировал и классифицировал эти «перцептивные устройства» в лекции под названием «Освещение как неотъемлемая часть архитектуры». Здесь Келли тщательно выстроил свою схему вокруг трех форм или применений света, которые он описал как основные элементы визуального дизайна – «фокусное свечение», «окружающее свечение» и «игра бриллиантов» (Kelly, pp. 24–30).



## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*

Используя весьма эмоциональный язык, он определил каждый элемент по его визуальным свойствам и эстетическим характеристикам. Фокусное свечение, как описывал Келли, было «лужей света у вашего любимого кресла для чтения», «валом солнечного света, который согревает конец долины» и «светом свечи на лице». В каждом примере он менял масштаб проявления света и его пространственный контекст, но в каждом случае, благодаря знакомости, даже сентиментальности вызываемых образов, Келли мог легко передать, что он имел в виду под фокальным свечением.

После описания того, как выглядит фокальное свечение, он объяснил, как оно работает в качестве составного элемента визуального дизайна. В частности, как сфокусированная, четко определенная область света, она способна привлечь внимание человека, обеспечить единство различных элементов и отличить «важное от неважного». Основная роль фокального свечения, по мнению Келли, заключалась в том, чтобы направлять взгляд и определять пространственные отношения. Вторым основным элементом света в системе Келли была «окружающая люминесценция», которая, по сути, была обратной стороной фокального свечения. Okружающая люминесценция – это, скорее, не горшок света, а неопределенное поле света. Как и в первом элементе, Келли снова использовал выразительные аналогии, чтобы создать в сознании яркий и мгновенный образ окружающего свечения.

Он описал его как «непрерывный свет снежного утра на открытой местности», «сумерки на широкой реке, где берег, вода и небо неразличимы» и «все, что мы знаем о «непрямом» освещении». Как и прежде, Келли изложил пространственные, перцептивные и психологические характеристики окружающего свечения. Как освещение без границ и теней, оно способно минимизировать «форму и объем», а также «важность всех вещей и людей». В качестве альтернативы оно также может предложить «свободу пространства... бесконечность». Таким образом, он предположил, что свечение окружающей среды обладает успокаивающим качеством, которое может оказаться спокойным и психологически успокаивающим.

Последним элементом визуального дизайна Келли была «игра блеска», которую он описал как «Таймс-сквер ночью», «солнечный свет на фонтане или ручье с рябью» и «сверкающий шкаф с изящной стеклянной посудой». В отличие от рассеянного свечения окружающей среды, игра бриллиантов, как он описывал, «возбуждает зрительные нервы и, в свою очередь, стимулирует тело и дух, ускоряет аппетит, пробуждает любопытство, обостряет остроту ума. Оно отвлекает или развлекает» (Kelly, pp. 24–25). Келли, как и Уокер в начале века, также предположил, что лучшие решения получаются в результате продуманного сочетания различных форм света. Он утверждал, что «визуальная красота воспринимается благодаря взаимодействию всех трех видов света, хотя один из них обычно доминирует».

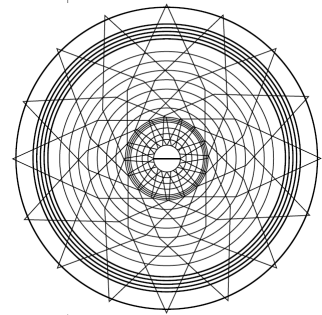
Однако показательно, что он не называл поставленную задачу световым дизайном, а скорее композицией «визуальной красоты» и «стимуляции духа» (Kelly, pp. 24–30). Келли, следуя традиции Бассета Джонса, утверждал тесную связь между физическим восприятием света и духовной или метафизической реакцией



## [Научные статьи]

Петти М. М.

*Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды*



человека на пространство и его восприятием. Он утверждал, что «реальное знание о конкретном мире и всех материалах основано на чувственном восприятии, а не на абстрактном обучении» (Kelly, 1952)<sup>6</sup>. Келли не просто бодрил дух, выражал красоту или формулировал архитектурную структуру, он считал, что свет сам по себе является основным средством человеческого понимания.

### **Заключение**

Не будучи ни философом, ни ученым, Ричард Келли как дизайнер освещения исследовал физиологические и психологические возможности света, как в плане чувственного, так и пространственного восприятия. Несмотря на широкое определение, контекстом как его идей, так и его практической деятельности всегда была окружающая среда. Среди его личных вещей можно найти множество рукописных заметок, нацарапанных на обратной стороне меню, спичечных коробков и квитанций, а также в многочисленных карманных записных книжках.

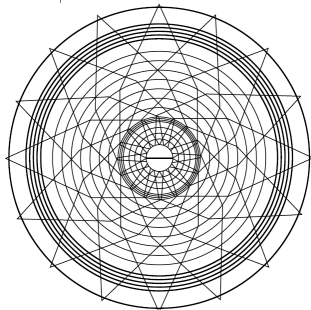
Эти личные заметки содержат различные наблюдения, даты встреч, концептуальные наброски и размышления. Среди них есть одна, которая одновременно озадачивает и обещает, и которая, кажется, подводит итог большей части дискурса, объединяющего свет, пространство и восприятие в Соединенных Штатах на протяжении XX века. Возможно, фрагмент гораздо большей нереализованной теории, где-то в конце 1950-х годов Келли написал: «Современная архитектура – это управление восприятием. Соотношение времени, света, истины и распада».

Этими несколькими словами он определил свет как фундаментальное средство восприятия и, как таковой, как основной элемент современного пространственного дизайна, а значит, и архитектуры. Он определил реляционный континуум, в котором свет неразрывно связан с временностью, разложением или упадком, а также знанием или «истиной». Отношение света к визуальному, чувственному и временному восприятию построенной среды было, как определил Келли, ключевым аспектом современности.

Уолтер Патер, писавший в середине XIX века, также отмечал важность относительности, говоря: «Современная мысль отличается от древней тем, что культивирует «относительный» дух вместо «абсолютного» ... Для современного духа ничто не является и не может быть достоверно известно, кроме как относительно и при определенных условиях»<sup>7</sup>. Это наблюдение Патера глубоко перекликается с убеждениями и практикой Ричарда Келли и его предшественников, каждый из которых так или иначе утверждал, что условия, характеризующие человеческий опыт в построенной среде в XX веке, становятся все более визуальными и бесконечно изменяемыми благодаря управлению светом.

<sup>6</sup> Ричард Келли упоминает здесь Джорджа Беркли.

<sup>7</sup> Цитируется по «Вестминстерскому обозрению», январь 1866 года, во введении к книге: Pater, W. (1986). *The Renaissance: Studies in Art and Poetry* (Phillips, A., Ed.). Oxford University Press.



## БИБЛИОГРАФИЯ

Arnheim, R. (1954). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.

Baldwin, J. M. (1896). *Mental Development in the Child and the Race*. Macmillan Co.

Bosanquet, B. (1892). *History of the Aesthetic*. S. Sonnenschein & Co.

Isenstadt, S. (2018). *Electric Light: An Architectural History*. M.I.T. Press.

Isenstadt, S. (1908). *Electric Light: as Related to Architecture*, *Journal of the Society of Architects*, 1(6), 236–238.

Jones, B. (1908). *The relation of Architectural Principles to Illuminating Engineering Practice*. *Transactions of the Illuminating Engineering Society*, 3(1), 9–65.

Kelly, R. (1952). *Lighting as an Integral Part of Architecture*. *College Art Journal*, 12(1), 24–30.

Képes, G. (1944). *Language of Vision*. Theobald.

Ladd, G. T. (1892). *Primer of psychology*. Scribner.

Petty, M. M. (2016). *Cultures of Light: Electric Light in the United States, 1890s-1950s*. [Doctoral Theses]. <http://hdl.handle.net/10063/6121>

Sheldon, C., Sheldon, M. (1936). *Art and the Machine*. Whittlesey House.

Pater, W. (1910). *The Renaissance: Studies in Art and Poetry*. Macmillan.

Henly, H. (1946). *Good Home Lighting Part of Basic Plan, Not Afterthought, Says Expert*. *The Christian Science Monitor*, 3 (12).

McCandless, Stanley (1948) *A method of lighting the stage*. New York, Theatre arts. – 143 p.

Steinmetz, C. P. (1916). *The Scope of Illuminating Engineering*. *Transactions of the Illuminating Engineering Society*, 11(6), 625–628.

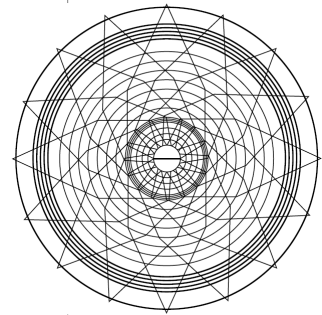
Schivelbusch, W. (1995) *Disenchanted Night: The Industrialization of Light in the Nineteenth Century*. University of California Press.

Kline, R. R. (1992). *Steinmetz: Engineer and Socialist*. John Hopkins University Press.

## [Научные статьи]

Петти М. М.

Свет, пространство, восприятие:  
взаимосвязь и дизайн визуальной среды



# LIGHT, SPACE, PERCEPTION: RELATIONALITY AND THE DESIGN OF THE VISUAL ENVIRONMENT

## **Petty M. M.**

Ph.D., Professor at the Massey University  
(Palmerston North, New Zealand)  
[m.petty@massey.ac.nz](mailto:m.petty@massey.ac.nz)

### **Abstract:**

The role of light as the primary agent in sensory perception of the physical world has been the subject of study and debate since ancient times. Typically, these debates have often focused on the mechanisms of vision and the physiological processes of perception-how the eye "sees," how perception occurs, and where the process of visual perception takes place. In philosophy, science, art, and religion, light has been associated with seeing in the discourse of sensory perception of various visual phenomena. In the present publication, which is a translation of a scholarly article from English, the author substantiates the thesis that in the modern development of increasingly powerful forms of artificial light there is an increasing emphasis on the ability of light to guide, shape and reconfigure the visual environment. In this sense, in terms of modern architecture and interiors, artificial light is considered an unprecedented means of "shaping" and influencing human perception.

**Keywords:** light and space, light architecture, electric light, artificial lighting, lighting design, lighting technology, ambient luminescence, perceptual lighting devices, light perception, aesthetic qualities of light, visual beauty





# КОММУНИКАЦИИ. МЕДИА. ДИЗАЙН

Том 8 №2 (2023)

---

Электронный журнал  
издается с 2016 года

ISSN: 2542-1395

Дата регистрации 13.10.2016  
(ЭЛ № ФС 77 - 67363)

---

Главный редактор  
*Быстрицкий А. Г.*

Заместитель главного редактора  
*Шариков А. В.*

Ответственный секретарь  
*Онегов Д. В.*

Редакторы  
*Рогозина Ю.*  
*Паршакова А. В.*  
*Самылина Д. А.*

Переводчик  
*Паршакова А. В.*  
*Давыдов С. Г.*

---

Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»,  
факультет креативных индустрий

109028, г. Москва, Покровский бульвар, 11