



УДК 81

DOI 10.52575/2712-7451-2023-42-3-422-428

## К вопросу о классификации современных медиасистем

<sup>1</sup> Кононова Е.И., <sup>2</sup> Короченский А.П.

<sup>1</sup> Белорусский государственный университет,

Республика Беларусь, 220004, г. Минск, ул. Кальварийская, 9

<sup>2</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,

Россия, 3008015, г. Белгород, ул. Победы, 85

[kononovaelena@mail.ru](mailto:kononovaelena@mail.ru); [prensa@yandex.ru](mailto:prensa@yandex.ru)

**Аннотация.** Одной из насущных задач изучения современных медиасистем стран мира является выработка их классификации, позволяющей проводить более обоснованные компаративные исследования национальных систем массмедиа с учетом универсальных тенденций новейшей эволюции медийных ландшафтов на планете. В данной работе предпринята попытка создания такой классификации с применением структурного анализа, дополненного учетом развития новых медиа и медиапотребления различных секторов национальных медиасистем с целью выявления их распределения по степени значимости. Определены три основных группы национальных медиасистем стран мира: продвинутые, развитые, развивающиеся.

**Ключевые слова:** медиасистемы, структурный анализ, распространение интернета, медиапотребление, группы медиасистем

**Для цитирования:** Кононова Е.И., Короченский А.П. 2023. К вопросу о классификации современных медиасистем. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 42(3): 422–428. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-3-422-428

---

## Concerning to the Problem of the Classification of Modern Media Systems

<sup>1</sup> Elena I. Kononova, <sup>2</sup> Alexandr P. Korochensky

<sup>1</sup> State University of Belarus,

9 Kalvariyskaya St, Minsk 220004, Republic of Belarus

<sup>2</sup> Belgorod National Research University,

85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russia

[kononovaelena@mail.ru](mailto:kononovaelena@mail.ru); [prensa@yandex.ru](mailto:prensa@yandex.ru)

**Abstract.** One of the urgent tasks of studying modern media systems of the countries of the world is the development of their classification, which allows for more reasonable comparative studies of national mass media systems. In this paper, an attempt is made to create such a classification using structural analysis, supplemented by taking into account the development of new media and media consumption of various sectors of national media systems in order to identify their distribution in terms of importance. Three main groups of national media systems of the countries of the world have been identified.

**Keywords:** media systems, structural analysis, internet penetration, media consumption, groups of media systems

**For citation:** Kononova E.I., Korochensky A.P. 2023. Concerning to the Problem of the Classification of Modern Media Systems. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 42(3): 422–428 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-3-422-428

## Введение

Одной из насущных задач изучения современных медиасистем стран мира является выработка их классификации, позволяющей проводить более обоснованные компаративные исследования национальных систем массмедиа с учетом универсальных тенденций новейшей эволюции медийных ландшафтов на планете. С.С. Бодрунова отметила, что «практически отсутствуют попытки не только описать свойства медиасистем в системно-теоретической перспективе, но и хотя бы дать определение термина «медиасистема», при том что он используется повсеместно и в разных работах обозначает разные объекты» [Бодрунова, 2015, с. 57]. Впоследствии определение медиасистемы было предложено некоторыми исследователями [Вартанова, 2019].

В российской науке пристальное внимание к медиасистеме проявил М.В. Шкондин, который рассматривает ее как сложную экономическую, социальную и профессиональную систему, обладающую целостностью совокупности компонентов, выступающих как ее подсистемы (которые могут именоваться также как организованные части, сектора медиасистемы). В работах М.В. Шкондина исследуются интегративные качества медиасистемы, прежде всего ее целостность в структурном и функциональном аспектах. Автор не стремился создать классификацию медиасистем, как и другие исследователи [Шилина, 2010; Гавра, Науменко, 2020].

Попытку создать классификационное деление национальных медиасистем предприняли D.C. Hallin, P. Mancini [2004]: в монографии «Сравнение медиасистем – три модели медиа и политики» они оценили взаимосвязь политических систем с медиасистемами в восемнадцати странах Северной Америки и Западной Европы. Они классифицировали медиасистемы Франции, Греции, Италии, Испании и Португалии в поляризованной плюралистической модели или средиземноморской модели; Австрии, Германии, Финляндии, Дании, Бельгии, Нидерландов, Швеции, Норвегии и Швейцарии – в модели демократического корпоративизма или модели Северной/Центральной Европы; и Великобритании, США, Канады и Ирландии – в либеральной или североатлантической модели. В дальнейшем D.C. Hallin, P. Mancini распространили свою классификацию медиасистем еще на десять стран: Бразилию, Китай, Израиль, Ливан, Литву, Польшу, Россию, Саудовскую Аравию, Южную Африку и Таиланд.

Эксперты Международной программы развития коммуникаций (ЮНЕСКО) [Media Development..., 2008] предложили основные показатели изучения развитости медиасистем, распределив их по следующим категориям: состояние системы регулирования деятельности медиа, плюрализм и разнообразие медиа, экономические условия их функционирования и прозрачность отношений собственности в медиасистеме; концентрация медиа; сочетание общественных, частных и коммунальных медиа; состояние рекламного рынка и пр. Хотя применение этих категорий к конкретным национальным медиасистемам в принципе могло бы стать основой для их классификации по признакам развитости и дальнейшего компаративного изучения, в данном документе они не представлены.

Состояние изученности современных медиасистем свидетельствует о недостаточном внимании исследователей к структурным аспектам их развития, которые приобрели существенное значение вследствие происходящих в последние десятилетия перемен ввиду повсеместного распространения Интернета и в итоге – появления и становления новых медийных секторов, прежде всего онлайн-медиа. Сохраняя свою фундаментальную характеристику – целостность – медиасистемы переживают в наши дни рост значения одних секторов и сокращение других. Вследствие этого наблюдается перераспределение ролей между различными секторами внутри медиасистем, показателями которого выступают данные о медиапотреблении. Однако имеющиеся



исследования медиасистем не учитывают их внутренних изменений, обусловленных переменами в приоритетах медиапотребления аудитории.

В связи с этим сегодня необходимо сравнительное изучение медиасистем стран мира в свете структурного анализа, сопровождаемого изучением характеристик приобщения к Интернету и особенностей медиапотребления, что является целью данной работы.

### **Объект и методы исследования**

Объектом исследования являются современные национальные медиасистемы, рассматриваемые в компаративном аспекте с учетом их структурного строения и факторов, влияющих на их развитие, включая степень освоения ресурсов глобальной компьютерной сети Интернет и специфику медиапотребления в странах, в которых действуют названные медиасистемы. Классификационное деление национальных медиасистем, их объединение в группы с учетом названных показателей обеспечивается применением общенаучного метода классификации по трем параметрам: структура медиасистем, использование Интернета, характеристика медиапотребления.

В работе использованы предоставленные ООН, Международным Союзом электросвязи<sup>1</sup>, международными организациями Statista<sup>2</sup>, DataReportal<sup>3</sup>, сервером Global Economy<sup>4</sup> статистические данные о распространении Интернета по странам мира, о структуре медиасистем и медиапотребления на региональных и национальных уровнях.

### **Структура современных медиасистем**

Под медиасистемой понимается совокупность медиаканалов и медийных организаций, в которых происходит генерация, агрегация и дистрибуция медиаконтента. Для медиасистемы характерна целостность, обеспечиваемая взаимовлиянием и переплетением различных ее структурных элементов, что особенно отчетливо проявляется в условиях медиаконвергенции и нарастающей экономизации медиасферы. На медиасистемы оказывают влияние политическая и экономическая организация общества, духовное производство, на них воздействуют исторические, политические, социальные, технологические, культурные, этнические и другие особенности национального и глобального контекста. В наши дни огромное влияние на современные медиасистемы, их структурное строение стали оказывать социальные сети, различные интернет-порталы, мобильные средства связи. Они обеспечивают адаптацию медиасистем к изменяющимся условиям социальной среды, потребностям общества.

Структура медиасистем включает различные секторы, в которых в свою очередь представлены отдельные структурные элементы.

Секторы медиасистемы:

- 1) *периодическая печать*: газеты, журналы;
- 2) *радио*: национальное, международное;
- 3) *телевидение*: эфирные телеканалы; кабельные системы ТВ; спутниковое ТВ; телевидение через мобильную телефонию;
- 4) *онлайн-медиа*: автономные онлайн-медиа, интернет-версии газет, журналов, радио- и телестанций, информационных агентств (сайты, порталы), телеканалы на youtube и других видеохостингах, конвергированные медиа;
- 5) *онлайн-социальные медиа*: сайты и блоги пользователей, социальные сети.

<sup>1</sup> Международный Союз электросвязи. 2023. URL: <https://www.itu.int>

<sup>2</sup> Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com>

<sup>3</sup> Kepios. 2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-afghanistan>

<sup>4</sup> Global Economy. 2023. URL: <https://www.theglobaleconomy.com/>

В условиях цифровой коммуникационной революции весьма существенным фактором развития национальных медиасистем является степень приобщенности каждой страны к глобальной компьютерной сети. По имеющимся прогнозам, непрерывно нарастающая всемирная численность пользователей Интернетом увеличится между 2023 и 2028 годами в целом на 860,7 миллионов человек (или на 16,14 %) и достигнет 6,2 млрд [Number..., 2023].

Широкое использование Интернета создает аудиторию для новых цифровых медиа, расцвет которых стал возможен благодаря подключенности к Сети. Статистика распространения Интернета в мире (internet penetration) по данным международной организации Statista демонстрирует наличие группы стран с самой высокой, практически всеобщей интернетизацией населения и медиа. Это главным образом экономически и технологически развитые страны, включая США (с 92,0 % проникновения Интернета в 2022 году), Великобританию (98,0 %), Германию (93,0 %), Швецию (97,0 % на начало 2022 года) и другие западные государства, а также Японию (94,0 %), Южную Корею (98 %), Сингапур (92 %) [Statista, 2023].

В условиях, когда практически все население названных стран имеет доступ к сетевым коммуникациям (при показателях доступа к интернету более 90 %), а экономический и технологический потенциал позволяет перейти к самым современным способам коммуникации, в национальных медиасистемах представлен весь структурный спектр секторов – от традиционной периодики, радио и телевидения до базирующихся в Сети медиа, мобильного ТВ, социальных сетей. Имеет место массовое участие физических лиц в медиакоммуникациях, в том числе в качестве пользователей – генераторов контента (на блогах, сайтах, видеохостингах, в социальных сетях). Коммерческие компании активно используют интернет-площадки для электронной коммерции. Ввиду конкуренции с новейшими источниками информации структура медиапотребления в наиболее развитых странах имеет тенденцию к сокращению использования бумажной прессы и недавнего медиа номер один – телевидения. Приоритет в медиапотреблении населения склоняется к сетевым СМИ. Медиасистемы такого рода могут быть обозначены как *продвинутые*. При этом жители развитых стран могут уступать даже некоторым развивающимся государствам по использованию социальных сетей. Так, в Нигерии и на Филиппинах общение в социальных сетях в 2021 году превысило в среднем 4 часа в день, в Индии – 2,36 часа, в то время как в США – 2,14 часа, в Великобритании – 2,48, Германии – 1,29 [Which countries..., 2022].

Предпосылки для перехода национальных медиасистем в категорию наиболее развитых созданы и в некоторых странах с высоким уровнем проникновения Интернета. В их числе, например, Белоруссия (с 86,9 % на начало 2023 года), Турция (82,0 % на начало 2022 года). Хотя сама по себе интернетизация населения еще не приводит к появлению наиболее передовых медиасистем, подтверждением чему служит Иордания с 66,0 % пользователей Сетью на начало 2022 года.

Ряд государств мира, где интернетизация населения пока не стала всеобщей, находятся на стадии интенсивной трансформации медиасистем под влиянием новых коммуникационных технологий. Большинство жителей там уже стало пользователями глобальной компьютерной сетью, состоялась и частичная цифровизация медиа. Это относится, например, к странам с развивающейся экономикой из группы BRICS [Вартанова и др., 2018]. Так, проникновение Интернета в России составило по данным DataReportal в начале 2023 г. 88,2 %, в Китае 73,7 %, Бразилии – 77 % (2022 г.). В Южно-Африканской республике Интернет доступен 78,6 % граждан, многим – только через мобильные телефоны. На фоне других членов BRICS Индия имеет более скромный показатель проникновения интернета – всего 48,7 %, т. е. немногим менее половины населения, что сближает эту страну с группой развивающихся государств.



В структуре медиапотребления стран с развивающейся экономикой и среднеразвитых государств приоритетны сектора традиционных медиа, хотя онлайн-источники информации уверенно их теснят. Например, бумажная пресса теряет позиции в конкуренции с сетевыми изданиями, а большинство бразильских газет и журналов создали интернет-версии с платным доступом к контенту. Несколько иная ситуация в Индии, где бумажная пресса в целом сохраняет свои сильные позиции в конкуренции с ТВ и онлайн-источниками. Приоритетным является телевидение: так, в Бразилии в 2016 г. его смотрели 77 % бразильцев [Вартанова и др., 2018, с. 28]. Несмотря на бурный прогресс потребления онлайн-медиа, телевидение весьма популярно в Китае, России, ЮАР. Медиасистемы подобного рода могут быть обозначены как *развитые*.

Проникновение Интернета в развивающиеся страны существенно отстает от уровня экономически развитых стран, что объясняется отставанием в продвижении новых технологий, узостью экономик и национальных рекламных рынков, низкой покупательной способностью населения. Это в совокупности лишает медиа стабильной экономической базы для функционирования и прогресса. Типичным явлением для многих развивающихся стран является отсутствие электрификации за пределами городских центров, что сдерживает развитие телевидения и интернетной связи. Поэтому подключение к всемирной компьютерной Сети в большинстве развивающихся стран имеет менее половины населения. Так, по данным за 2022 год, в Пакистане доступ к Сети имели 36,5 % жителей, в Кении – 42 %, в Эфиопии – 25 %, Зимбабве – 30,6 %. Эти показатели минимальны в государствах, охваченных политической и экономической нестабильностью, долговременными военными конфликтами. Так, в Йемене, охваченном гражданской войной, доступ к Интернету по данным на начало 2022 года имели всего 26,7 % населения, в Судане – 30,9 % населения на тот же период. В Афганистане до возвращения талибов к власти Сетью пользовались всего 18,4 % жителей (2020 г.). К началу 2023 года этот показатель остался прежним [Кемп, 2023].

В отстающих странах наблюдается недостаточное развитие различных секторов и элементов национальных медиасистем, включая онлайн-СМИ и социальные сети, ежедневные газеты, разовый совокупный тираж которых составляет менее норматива 100 экземпляров на 1000 жителей из-за неграмотности и низкой покупательной способности населения. Внедренное там аналоговое телевидение имеет ограниченный аудиторный охват из-за недостаточной обеспеченности населения телевизионными приемниками, особенно в лишенной электричества сельской местности. Существует лишь частичный охват территории наземным вещанием национальных телекомпаний и, как следствие, наблюдается использование спутниковых каналов телевидения. Отмечается незначительный процент собственных телепрограмм, производимых национальными телекомпаниями в условиях преобладания программ, импортируемых из-за рубежа. Большое значение в национальных медиасистемах имеет радио, обеспечивающее в условиях экономических ограничений наиболее дешевое производство и распространение контента. Медиасистемы с подобными характеристиками относятся к группе *развивающихся*.

### Заключение

Таким образом, существующие в современном мире медиасистемы представлены тремя группами:

1) *продвинутые медиасистемы*, сформировавшиеся в странах с практически всеобщим доступом населения (более 90 % жителей) к глобальной компьютерной Сети и к онлайн-медиа. В этих медиасистемах развиты все структурные сектора с тенденцией оттеснения традиционных медиа вследствие переключения пользователей на онлайн-источники информации.

2) **развитые медиасистемы** в государствах со значительной степенью проникновения Интернета, в результате чего 50 и более процентов жителей пользуются возможностями Сети. Для этой группы характерна ориентация аудитории на преимущественное использование традиционных медийных секторов, которые, однако, теряют свои позиции в результате конкуренции с усиливающимися онлайн-медиа. По представленным показателям медиапотребления характерно позиционирование телевидения как номера один в национальных медиасистемах.

3) **развивающиеся медиасистемы** существуют в государствах с низким уровнем интернетизации (менее 50 % населения), отсталой экономикой и слабой экономической активностью подавляющего большинства граждан. Здесь в национальных медиасистемах наблюдается отставание в развитии таких секторов, как бумажная периодика, телевидение, онлайн-медиа. Характерной особенностью развивающихся медиасистем является значительная роль радио, которое создает и распространяет относительно дешевый контент, охватывая не электрифицированные отдаленные и сельские районы, поскольку там прием радиопередач возможен на портативные радиоприемники на батарейках.

### Список источников

- Медиапотребление: 5 главных трендов, особенности и применение. 2022. Popsters, 26 июля 2022 г. URL: <https://popsters.ru/blog/post/68>
- Полищук М. 2022. Mediascope рассказал о трендах медиапотребления в 2022 году. Sostav.ru, 9 декабря 2022 г. URL: <https://www.sostav.ru/publication/mediascope-mediarendy-58041.html>
- Kemp S. 2023. Digital 2023: Afghanistan. Kepios, February 13, 2023. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-afghanistan>
- Media Development Indicators: A framework for assessing media development. 2008. Endorsed by the Intergovernmental Council of the International Programme for the Development of Communication (IPDC) at its 26th session (26-28 March 2008). Paris, UNESCO, 102 p.
- Number of internet users worldwide from 2013 to 2028 (in millions). 2023. Statista. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1145081/internet-users-in-europe>
- Statista. 2023. URL: <https://www.statista.com>
- Which countries spend the most time on social media? 2022. World Economic Forum, April 29, 2022. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/04/social-media-internet-connectivity/>
- World Statistics Pocketbook 2022 edition. 2022. Containing data available as of 31 July 2022. New York, United Nations, 292 p.

### Список литературы

- Бодрунова С.С. 2015. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах. Дис. .... докт. полит. наук. СПб, 498 с.
- Вартанова Е.Л. 2009. Теория СМИ: Актуальные вопросы. М., МедиаМир, 487 с.
- Вартанова Е.Л. 2019. Медиасистема как актуальный концепт теории СМИ. В кн.: Актуальные проблемы медиаисследований – 2019. Материалы IX Международной научной конференции (Москва, 05 декабря 2019 г.). Под ред. Е.Л. Вартановой. М., Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова: 11–12.
- Вартанова Е.Л., Ткачева Н.В., Филаткина Г.С., Эль-Бакри Т.В. 2018. Медиасистемы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования. Под ред. Е.Л. Вартановой. М., Аспект Пресс, 192 с.
- Гавра Д.П., Науменко К.А. 2020. Концепт «медиасистема» в современной теории массовых коммуникаций. *Медиаскоп*, 1: 5. DOI: [10.30547/mediascope.1.2020.5](https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.5).
- Кононова Е.И. 2020. Информационное общество: мейнстрим национальных медиасистем. Минск, Издательский центр БГУ, 144 с.
- Шилина М.Г. 2010. Тенденции развития современных медиасистем и актуальные концепции теории СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 1: 6–22.
- Шкондин М.В. 2014а. Интегративные качества медиасистемы. *Вопросы теории и практики журналистики*, 2(6): 17–24.
- Шкондин М.В. 2014б. Функциональная целостность медиасистемы. *Известия Иркутской государственной экономической академии*, 2(94): 144–149.





Hallin D.C., Mancini P. 2004. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press, 342 p. [DOI: 10.1017/CBO9780511790867](https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867)

## References

- Bodrunova S.S. 2015. Mediakratiya: SMI i vlast' v sovremennykh demokraticeskikh obshchestvakh [Mediocracy: Media and Power in Modern Democratic Societies]. Dis. .... doc. political science. St. Petersburg, 498 p.
- Vartanova E.L. 2009. Teoriya SMI: Aktual'nye voprosy [Media Theory: Current Issues]. M., Publ. MediaMir, 487 p.
- Vartanova E.L. 2019. Mediasistema kak aktual'nyy kontsept teorii SMI [Media system as a relevant concept in media theory]. In: Aktual'nye problemy mediaissledovaniy – 2019 [Current problems of media research - 2019]. Proceedings of the IX International Scientific Conference (Moscow, December 5, 2019). Ed. E.L. Vartanova. M., Publ. Moskovskiy gosudarstvennyy universitet imeni M.V. Lomonosova: 11–12.
- Vartanova E.L., Tkacheva N.V., Filatkina G.S., El'-Bakri T.V. 2018. Mediasistemy stran BRIKS: mstoricheskiy genezis, osobennosti funktsionirovaniya [Media systems of the BRICS countries: historical genesis, features of functioning]. Ed. E.L. Vartanova. M., Publ. Aspekt Press, 192 p.
- Gavra D.P., Naumenko K.A. 2020. Concept of media system in the contemporary mass communication theory. *Mediascope*, 1: 5 (in Russian). [DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.5](https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.5).
- Kononova E.I. 2020. Informatsionnoe obshchestvo: meynstrim natsional'nykh mediasistem [Information society: the mainstream of national media systems]. Minsk, Publ. Izdatel'skiy tsentr BGU, 144 p.
- Shilina M.G. 2010. Tendencies of the modern media systems' development and relevant conceptions of mass communications theory. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 1: 6–22.
- Shkondin M.V. 2014a. Integrative feachers of media system. *Theoretical and practical issues of journalism*, 2(6): 17–24 (in Russian).
- Shkondin M.V. 2014b. Functional integrity of the media system. *Bulletin of Baikal State University*, 2(94): 144–149 (in Russian).
- Hallin D.C., Mancini P. 2004. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press, 342 p. [DOI: 10.1017/CBO9780511790867](https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867)

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 15.07.2023

Поступила после рецензирования 03.09.2023

Принята к публикации 10.09.2023

Received July 15, 2023

Revised September 03, 2023

Accepted September 10, 2023

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Кононова Елена Ивановна**, кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры международной журналистики, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь.

**Короченский Александр Петрович**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Elena I. Kononova**, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Journalism, State University of Belarus, Minsk, Republic of Belarus.

**Alexander P. Korochensky**, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod National Research University, Belgorod, Russia.