

УДК 070.1;004

**Е. Я. ДУГИН,**

доктор социологических наук, профессор,  
проректор, заведующий кафедрой телевидения и радиовещания  
Академии медиаиндустрии,  
заслуженный работник связи и информации Российской Федерации,  
член Научно-экспертного совета при Председателе Совета Федерации  
Федерального Собрания Российской Федерации,  
главный редактор журнала «Вестник Академии медиаиндустрии»;  
Россия, г. Москва.  
e-mail: e.dugin@yandex.ru

## ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННЫЕ СВЯЗИ В МОДЕЛЯХ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

***Аннотация.** В статье рассматривается роль причинно-следственных связей в формировании теории и моделей медиакоммуникации в условиях цифровых трансформаций отрасли. Логическая цепочка осмысления взаимозависимостей между корреляциями, причинно-следственными связями и моделями медиа приводит к выводу о закономерностях как основе построения теории. Понимание роли причинно-следственных связей в построении коммуникативных моделей позволяет перейти к новому качеству осмысления медиакоммуникации в ходе цифровых трансформаций медиаиндустрии.*

***Ключевые слова:** медиаиндустрия, информационно-цифровые технологии, прогнозы развития медиа, закономерности формирования моделей медиакоммуникации.*

**E. Ya. DUGIN,**

Doctor of Sociology, Professor,  
Vice-rector, Head of the Television and Radio Department  
of the Academy of Media Industry,  
Honored Worker of Communications and  
Information of the Russian Federation,  
Member of the Scientific Expert Council under the Chairman  
of the Federation Council of the Federal Assembly of the Russian Federation,  
Editor-in-Chief of the Journal  
“Bulletin of the Academy of Media Industry”;  
Moscow, Russia.  
e-mail: e.dugin@yandex.ru

## CAUSE-AND-EFFECT RELATIONSHIPS IN MEDIA COMMUNICATION MODELS

**Abstract.** *The article examines the role of cause-and-effect relationships in the formation of the theory and models of media communications in the context of digital transformations of the industry. The logical chain of understanding the interdependencies between correlations, cause-and-effect relationships, and media models leads to the conclusion about patterns as the basis for constructing a theory. Understanding the role of cause-and-effect relationships in the construction models allows us to move to a new quality of understanding of media communication during the digital transformation of the media industry.*

**Keywords:** *the media industry, information and digital technologies, media development forecasts, patterns of formation of media communication models.*

## ПОСТАНОВКА ВОПРОСА

Освоение информационно-цифровых технологий производства и распространения продукции медиа выдвинули перед медиаиндустрией проблему формирования новых форматов, платформ и моделей коммуникации. Так, внедрение технологий искусственного интеллекта ставит вопрос разработки моделей коммуникации, алгоритмов построения коммуникативных стратегий и применения стандартизированных приемов и способов формирования контента. Новые реалии обнаруживают наукоемкий характер отрасли, требующий оригинальных идей и новых теоретико-методологических подходов к исследованию особенностей деятельности медиаиндустрии в принципиально новой информационно-коммуникативной, цифровой среде. Для углубленного понимания деятельности современных медиасистем, отдельных ее элементов и каналов необходим обстоятельный научный анализ наиболее значимых причинно-следственных связей, корреляций и взаимозависимостей между системообразующими признаками, факторами и условиями функционирования медиа. В свою очередь, предлагаемый системный методологический поход должен опираться на научно обоснованную теорию медиакоммуникации.

К сожалению, многолетние попытки разработать и обосновать общую теорию массовых информационно-коммуникативных процессов пока не привели к позитивным результатам, которые были бы признаны представителями исследовательского сообщества независимо от научных школ и направлений. Среди исследователей довольно широко распространено мнение о безуспешности и даже нецелесообразности построения общей теории медиакоммуникации. Такому положению имеется несколько причин объективного и субъективного характера.

В самом деле сложно требовать от науки о медиакоммуникации завершенных теорий, потому что сама предметная область подвергается постоянным трансформациям, происходящим благодаря динамичному развитию и смене информационно-цифровых, компьютерно-опосредованных технологий.

## О ПОИСКАХ ТЕОРИИ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

В науке выдвинуто множество толкований теории — от непритязательных, сформулированных для учебных целей, таких, например, как теория — это «набор систематически обоснованных подозрений о том, как все функционирует»<sup>1</sup>, и до более развернутых, углубленных. Например, по мысли известного немецкого ученого Никласа Лумана: «Под теорией иногда понимают эмпирически проверяемые гипотезы о взаимосвязях между данными, иногда — усилия, прилагаемые в области понятий, в довольно широком, не очень определенном смысле»<sup>2</sup>. В качестве одной из главных характеристик теоретического знания как в поиске взаимосвязей между эмпирическими данными, так и в выявлении понятий оба обозначенных гносеологических направления объединяет возможность сравнений полученных знаний<sup>3</sup>. Таким образом, сравнительный анализ выявленных устойчивых корреляций переменных характеристик изучаемого предмета и взаимосвязей между ними в рамках определенных гипотетических причинно-следственных связей и составляет сущностное определение теории. Логика размышлений приводит к пониманию того, что выработка теоретического знания должна строиться на фундаменте причинно-следственных связей и закономерностей информационно-коммуникативных процессов. Именно устойчивые взаимосвязи между элементами медиасистемы выступают в качестве системообразующих переменных, способных создать основу теоретического построения моделей медиа и коммуникативных стратегий определенного типа.

## ОПЫТ ВЫЯВЛЕНИЯ ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В МЕДИАМОДЕЛЯХ

В свое время в результате применения факторного анализа автору этих строк удалось получить причинно-следственные связи совокупности устойчивых показателей — факторов, влияющих на характер и соотношение распределения времени на различные типы передач местного телевидения<sup>4</sup>. К числу таких типифицирующих факторов были отнесены следующие: потенциал студии, под которым понимается соотношение объемов времени собственного и местного вещания, научный и культурный потенциал региона, национально-языковые особенности вещания, тематика и адресная направленность телепередач. В качестве ведущего типифицирующего фактора был выявлен потенциал студии, который оказывает влияние на характер распределения времени вещания между функциональной, тематико-жанровой и адресной структурами передач.

<sup>1</sup> Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики / пер. с англ. А. А. Науменко. Харьков : Гуманитарный Центр, 2015. С. 33.

<sup>2</sup> Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / пер. с нем. И. Д. Газиева. СПб. : Наука, 2007. С. 15.

<sup>3</sup> Там же..

<sup>4</sup> Дугин Е. Я. Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1982. С. 99.

В результате исследования типологии программ местного телевидения удалось доказать, что устойчивое соотношение типов передач в содержательной структуре телевизионного вещания создает условия для разработки определенных моделей телевизионных программ. Такие модели должны строиться на принципах мультивариантности, связанных с региональными особенностями, социально-демографическим, социально-экономическим и социокультурным контекстом, состоянием информационной обстановки, цифровыми трансформациями, другими факторами и условиями, позволяющими с наибольшей эффективностью решать информационно-коммуникативные, социокультурные и пропагандистские задачи.

Согласно результатам повторного исследования, проведенного десятилетие спустя, ведущим типформирующим фактором формирования телевизионных программ 60 международных телевизионных компаний оказался не потенциал студии, а *искусство программирования*. Смена приоритетов обусловлена, в первую очередь, новыми способами наполнения телевизионных каналов продукцией других компаний или информационных агентств, которую проще и дешевле приобрести, чем создавать собственную. Например, оригинальная съемка актуального репортажа собственными силами может в десятки раз превышать расходы на приобретение подобного сюжета, снятого другой телекомпанией или получить фактически бесплатно, за счет подписки на информационную новостную ленту. При таком способе наполнения содержательной структуры телевещания подача материала и верстка программы происходит с помощью режиссерского пульта. В результате данного подхода, который можно назвать искусством программирования, сам тип телепрограмм унифицируется, что в ряде случаев приводит к утрате национальной идентичности<sup>5</sup>.

Благодаря применению современных информационно-компьютерных технологий, в частности искусственного интеллекта, существенно возрастает скорость подготовки выпусков новостей при одновременном сокращении расходов на съемку, редактирование, монтаж и режиссуру эфирных материалов. Немаловажным представляется отметить, что содержательное наполнение телепрограмм проводится на основе алгоритмов, наработанных традиционными методами программирования, и знаний об известных взаимозависимостях и закономерностях, присущих медиакommunikативным моделям определенного типа. Искусственный интеллект может помочь выявить устойчивую повторяемость причинно-следственных связей элементов медиамodelей, создавая, таким образом, предпосылки выявления закономерностей в разработке пред-теории изучаемых процессов.

Рассмотренные особенности программирования, выявленные устойчивые взаимозависимости и закономерности формирования медиаконтента нельзя рассматривать вне связи с социально-экономическим, социокультурным развитием регионов с их ближайшими целями и долгосрочными прогнозами, с социально-психологическими настроениями различных

<sup>5</sup> Дугин Е. Я. Телевидение в зеркале международной статистики // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 3. М.: Искусство, 1985.

слоев населения и характером использования их свободного времени и т. д. Перспективными могут быть исследования по сравнительному анализу моделей поведения населения и моделей медиакommunikации.

## ЗАДАЧА КОММУНИКАЦИИ — НЕ ТОЛЬКО ПЕРЕДАТЬ СООБЩЕНИЕ, НО И СОЗДАТЬ СМЫСЛ

В настоящей статье, хотя речь идет о моделях медиакommunikации, позволим себе не ссылаться на хрестоматийные модели коммуникации, хорошо известные специалистам. Основная задача этих моделей заключалась в том, чтобы дать общие представления о информационно-коммуникативных процессах, разработанных авторами преимущественно для учебных целей или для решения задач, напрямую не связанных с деятельностью каналов медиакommunikации и журналистики<sup>6</sup>.

Особняком от классических коммуникативных моделей, основанных на концепции передачи идей «от отправителя к получателю», стоит медиамодель, разработанная Дином Барландом, в которой *задача коммуникации состоит в создании смысла, а не в передаче сообщения*<sup>7</sup>. Согласно данной модели события и объекты реальной действительности сами по себе лишены смысла до того момента, пока аудитория не придаст им значения, не вырабатывает отношения к ним и не подвергнет события осмыслению и интерпретации.

Создание смыслов, по сути дела, можно рассматривать в качестве фундаментальной задачи медиакommunikации. Для реализации этой задачи требуется специальная модель, которая не столько объясняет морфологию, схему коммуникативного акта, сколько создает основу для управления вниманием аудитории, для удовлетворения ее информационно-смысловых, культурно-духовных потребностей<sup>8</sup>. Медиамодели, отвечающие подобным целям и задачам, должны строиться на совокупности переменных характеристик содержания, форм, смысловых единиц и жанров, которыми можно варьировать, в соответствии с устойчивыми зависимостями, закономерностями, характерными для функционирования системы «текст — аудитория».

## ОТЛИЧИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ОТ КОРРЕЛЯЦИЙ И ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННЫХ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЕЙ

Согласно методологическим принципам научного анализа явлений, закономерности следует отличать от корреляций, причинно-следственных взаимозависимостей, случайных совпадений, так как закономерности по определению представляют собой объективно существующую, повторяющуюся связь между отдельными характеристиками предметов иссле-

<sup>6</sup> Отдавая должное вкладу известных ученых в разработку моделей коммуникации, назовем такие имена, как Гарольд Дуайт Лассуэл, Клод Элвуд Шеннон, Уилбур Шрамм, Теодор Ньюкомб, Джордж Гербнер, Дэвид Берло, Фрэнк Данс и др.

<sup>7</sup> Гриффин Э. Указ. соч. С. 237.

<sup>8</sup> Концептуальные разработки смыслообразования средствами медиакommunikации содержатся в монографии автора. См.: Дугин Е. Я. Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М. : Глобальная энергия, 2005.

дования, обладают устойчивостью, повторяемостью и внутренней логикой. Регулярная повторяемость типичных свойств изучаемых явлений создает основания для стабильных взаимосвязей и в конечном счете для построения моделей с последующей предсказуемостью, прогнозированием их дальнейшего развития. Логическая цепочка осмысления взаимозависимостей между корреляциями, причинно-следственными связями и моделями приводит к выводу о закономерностях, как основе построения теории. Одна из фундаментальных характеристик закономерности — установленная и подтвержденная во многих исследовательских проектах связь между элементами или событиями, которые могут быть представлены логически описательными и статистически математическими методами.

При этом следует учитывать отличие корреляции от закономерности. Если корреляция (которая может быть случайной) указывает на степень статистической взаимосвязи, то закономерность предполагает обязательное наличие причинно-следственных связей и устойчивую повторяемость событий, свойств или характеристик изучаемого явления. Закономерности присущи совокупность характерных свойств, таких как стабильность при многократном повторении и возможность их воспроизведения в различных условиях, подтверждение повторяемости, доказанной с помощью различных методов научного анализа и т. п. В условиях динамичных изменений, происходящих в медиаотрасли, закономерности с «минимальной разницей могут обнаруживаться при работе на любых площадках с идентичным базовым функционалом, независимо от их названия»<sup>9</sup>. Отмеченные теоретические положения о взаимозависимости между корреляциями и закономерностями находят применение в практической деятельности медиа.

При построении рабочих моделей медиакоммуникации принято выделять следующие переменные характеристики (так называемые слои, по терминологии эксперта): аудиторное поведение, позитивные эмоции и регулярно повторяющиеся коммерческие решения. «Когда вы видите, отмечает эксперт, устойчивую положительную корреляцию между этими тремя слоями — *глубоким поведением, позитивными эмоциями и повторяющимися коммерческими решениями* (выделено мной. — Е. Д.), вы можете с уверенностью сказать, что ваш продукт создает не просто контент, а настоящий, конвертируемый в долгосрочную ценность, человекоцентричный опыт»<sup>10</sup>.

Предложенные здесь составляющие элементы (слои) можно рассматривать в качестве одного из подходов к поиску причинно-следственных закономерностей, апробированных практикой. Модель эффективного телевизионного канала представляет собой совокупность следующих функций: производство контента, наполненного информационно-смысловым содержанием, способным консолидировать общество на основе доверия

<sup>9</sup> Шацкая А. Д. Телеконтент в новых медиа: Работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете: монография / А. Д. Шацкая, М. И. Макеенко. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2026. С. 10.

<sup>10</sup> Эксперт назвал ключевые тренды и риски медиарынка на 2026 год. URL: <https://telesputnik.ru/materials/persony/article/ekspert-nazval-klyucevye-trendy-i-riski-mediarynka-na-2026-god> (дата обращения: 19.12.2025).

и групповых интересов. Поиски таких моделей медиа приходится вести в сфере практической деятельности путем апробации новых форматов, жанров, информационно-коммуникативных платформ, с помощью разработки коммуникативных стратегий и т. д.

Благодаря развитию цифровизации меняется иерархия причинно-следственных связей между элементами коммуникативных систем. Согласно наблюдениям исследователей, в «онлайне» главными элементами медиасистемы становятся не столько конкретные телеканалы, сколько принадлежащие им программы-бренды и даже, что еще важнее, создаваемые на их основе единицы контента (отдельные выпуски/эпизоды/серии, фрагменты/короткие формы, бандлы, промо)<sup>11</sup>.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исходя из изложенных в настоящей статье идей относительно роли причинно-следственных связей в формировании закономерностей, нелишне было бы воспользоваться предложенными теоретико-методологическими подходами к построению научно обоснованных моделей. Автор выражает надежду, что неизбежное единство теории и практики в условиях стремительного освоения наукоемких информационно-цифровых технологий может оказать конструктивное содействие дальнейшему развитию медиаиндустрии.

Благодаря дальнейшему исследованию роли, функциональной предназначенности причинно-следственных связей в построении коммуникативных моделей наука о средствах массовой коммуникации из описательной, (объяснительной) имеет потенциальные возможности перейти к конструктивной фазе своего развития, представляющего качественный этап осмысления медиакоммуникации в процессе цифровых трансформаций медиаиндустрии.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Гриффин Э.* Коммуникация: теории и практики / пер. с англ. А. А. Науменко. Харьков : Гуманитарный Центр, 2015.
2. *Дугин Е. Я.* Создание смыслов в электронную эру: Методология и техника новых знаний и образов в массовой коммуникации и PR. М. : Глобальная энергия, 2005.
3. *Дугин Е. Я.* Телевидение в зеркале международной статистики // Телевидение вчера, сегодня, завтра. Вып. 3. М. : Искусство. 1983.
4. *Дугин Е. Я.* Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ. М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1982.
5. *Луман Н.* Социальные системы. Очерк общей теории / пер. с нем. И. Д. Гагиева. СПб. : Наука, 2007.
6. *Сорокин П. А.* Современные социологические теории (включая первую четверть XX столетия) / пер. и сост. А. К. Конюхова и В. В. Сапова. Сыктывкар : Анбур, 2020.

<sup>11</sup> *Шацкая А. Д.* Указ. соч. С. 8.

7. *Шацкая А. Д.* Телеконтент в новых медиа: Работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете: монография / А. Д. Шацкая, М. И. Макеев. 2-е изд., испр. и доп. М. : Аспект Пресс, 2026.

*Поступила в редакцию 03 марта 2026 г.;*  
*одобрена после рецензирования 06 марта 2026 г.;*  
*принята к публикации 10 марта 2026 г.*