

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Щипков Филипп Александрович

**Особенности функционирования современной корпоративной цензуры в США:
политический аспект**

5.5.1 — История и теория политики
(политические науки)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание учёной степени
кандидата политических наук

Москва — 2026

Диссертация подготовлена на кафедре истории и теории политики факультета политологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

- Научный руководитель** – **ШУТОВ Андрей Юрьевич**, доктор исторических наук, профессор, член-корреспондент РАН
- Официальные оппоненты** – **АНДРЕЕВ Дмитрий Александрович**, доктор исторических наук, доцент, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, исторический факультет, заместитель декана по научной работе
- АХРЕМЕНКО Андрей Сергеевич**, доктор политических наук, доцент, Высшая школа экономики, факультет социальных наук, департамент политики и управления, профессор
- ЗИНОВЬЕВА Елена Сергеевна**, доктор политических наук, профессор, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, факультет управления и политики, кафедра мировых политических процессов, профессор

Защита диссертации состоится 30 июня 2026 г. в 17 часов 00 минут на заседании диссертационного совета МГУ.055.2 Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу: 119234, г. Москва, Ломоносовский проспект, д.27, корп.4 (учебно-научный корпус «Шуваловский»), факультет политологии, аудитория Г-630.

E-mail: dissovet.msu@mail.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский просп., д. 27) и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/3958>

Автореферат разослан «___» мая 2026 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат политических наук, доцент

А.В. Абрамов

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования

Складывавшееся за последние 80 лет глобальное доминирование стран западноевропейской культуры в настоящее время проходит через период кризиса. Страны западного мира вступили в период постепенного снижения своего политического, гуманитарного и экономического влияния.

Механизмы политического воздействия как во внутренней политике, так и в международных отношениях в странах западноевропейской культуры не справляются со своими первоначальными функциями. Это ощущают не только политические элиты и экспертное сообщество, но и граждане, население этих стран. Это приводит в том числе к росту напряжённости по разным направлениям — между государствами, между народами и государствами, между разными социальными группами и сообществами.

История выстраивания политических отношений в странах Запада показывает, что одним из основных инструментов политического воздействия является система политической коммуникации между властью и обществом. Традиции западноевропейских стран последних столетий показывают важность публичной политики для осуществления власти и, как следствие, важность функционирования средств массовой коммуникации (СМК).

В России на протяжении всех постсоветских лет к национальным средствам массовой коммуникации было обращено повышенное внимание: сфера массовых коммуникаций в России, в том числе политических медиа, реформировалась, происходило интенсивное развитие и осмысление роли этой отрасли в общественной и политической жизни. Россия часто «оправдывалась» за качество своих политических средств массовой информации. В странах Запада эти же годы прошли относительно спокойно, не было влиятельного внешнего фактора, который бы заставлял задумываться о качестве и объективности собственных политических медиа, а основная критика была направлена на зарубежные для них СМИ.

В результате как в самих западных странах, так и в других частях света выросло недовольство качеством и политикой наиболее крупных западных по происхождению и международных по охвату средств массовой информации и

медиакомпаний, оказывающих значительное, а иногда определяющее влияние на политические решения, выборы, векторы политического развития в разных странах, включая сами западноевропейские государства.

По этим причинам сегодня особенно востребованными становятся исследования теоретических основ, устройства, механизмов и практики подготовки, цензуры политической информации в системе средств массовой коммуникации западных стран.

Соединённые Штаты Америки являются наиболее крупным и могущественным среди западных государств. На протяжении XX века они претендовали на статус как экономического, так и идейного лидера среди западноевропейских стран. США создавались как государство, в котором свобода слова декларировалась в числе главных политических ценностей, и в противоположность ей цензура выступала как её антагонист — в качестве одной из главных угроз для американского государства и общества.

Поэтому изучение цензуры в отношении самих США часто было маргинально, оппозиционно и не было предметом мейнстримных научных исследований. Считалось, что феномен политической цензуры целесообразнее и лучше изучать в иных странах — не в США и не в западных странах вообще.

Тем не менее, особенно в последние годы, становится очевидным, что и в Соединённых Штатах Америки происходит довольно жёсткое управление, если не сказать манипулирование политической информацией. Это очевидно для большинства современных экспертов и редко подвергается принципиальному сомнению в экспертном сообществе. Терминологически в случае с США более корректно говорить не о прямой государственной политической цензуре в отношении средств массовой коммуникации, а о других формах политической цензуры, зачастую не столь явных, но не менее действенных. В настоящей работе рассматривается одна из таких форм политической цензуры — корпоративная цензура, то есть цензура, осуществляемая через крупнейшие американские корпорации, контролирующие медиа США.

Ключевым в американской идеологической модели является положение прессы и права на высказывание. Центральное место в этой модели занимает Первая поправка к Конституции США о свободе слова и печати. Само название поправки

подразумевает полное исключение цензуры из практики США — Первая поправка является своего рода «священным текстом», наделяющим США правом на продвижение понятия «свобода» и на борьбу с цензурой в других, «несвободных» странах мира. Термин «свобода» оказался как будто монополизирован США и другими странами западноевропейской культуры. В качестве самоназвания эти страны даже выбрали фразеологизм «свободный мир»¹, закрепляя за собой право на трактовку понятия «свобода»².

Мир, с точки зрения доминирующих в США общественно-политических идей, разделён на страны «свободные» и «несвободные», страны демократические и недемократические, «цивилизованные» и «нецивилизованные» («дикие») ³ — в первых нет цензуры, во вторых — есть.

Феномен цензуры в соответствии с американской идеологической моделью априори не может присутствовать в политической системе США. В отношении цензуры в научной сфере предпочитают употреблять понятие «ограничение свободы

¹ См., например, *Васильев А. Д.* Заграничные истины: свободный мир vs тюрьма народов // Политическая лингвистика. 2013. № 3. С. 12–21.

² Понимание свободы отличается в разных культурных традициях, однако в американской трактовке термина «свобода» присутствует ряд признаков, которые кажутся простыми и ясными, например, «свобода слова» и «свобода печати». Именно они в первую очередь воспринимаются людьми других культур ввиду кажущейся простоты и обрезания культурного контекста при переходе из одной культуры в другую. Например, А. А. Ширинянец указывает, что «“свобода” — это общее, что присуще всем русским либералам западникам» в XIX веке. При этом понимание «свободы», погрузившись в российские реалии того времени, претерпело свои изменения при совмещении с русскими политическими традициями, однако такие концепты, как «свобода слова» и «свобода печати», сохранялись в круге идей понятия «Свобода» (с большой буквы). См. *Ширинянец А. А.* Примирение начала свободы с началами власти и закона: «Хранительный либерализм» К. Д. Кавелина и Б. Н. Чичерина // *Știința politică și administrativă: provocări globale, soluții locale*. 2020. 13 noi. Chișinău : Fox Trading SRL, 2021. P. 24–25.

В свою очередь В. И. Коваленко также указывает на проблему перенесения принципов и ценностей современного либерализма (а иногда силового насаждения, не обращая внимания на социокультурные условия), при этом отмечая, что «сами эти ценности, провозглашённые в рамках классического либерализма, — свобода, демократия, права человека и даже само “священное понятие” частной собственности не просто подверглись на сегодня существенной эрозии, но начинают зримо оборачиваться своей прямой противоположностью». См. *Коваленко В. И.* Общеисторические императивы общественного развития и российская цивилизация // Социально-политические науки. 2022. № 3. С. 15.

³ С. В. Перевезенцев указывает, что дихотомия, разделение мира на два лагеря — «цивилизованные» и «нецивилизованные» («дикие») страны, народы, — свойственна теоретикам гуманизма, философско-методологического принципа, на который опираются страны западноевропейской цивилизации. См. *Перевезенцев С. В.* Крах гуманизма // Роман-журнал XXI век. 2001. № 11. С. 64–70.

слова»⁴ при анализе процессов в сфере массовых коммуникаций, в американской же политике понятие «цензура» употребляется скорее как средство политической борьбы против геополитических оппонентов, но не по отношению к внутренней политической системе США.

Термин «цензура» может употребляться для отдельных случаев, таких как самоцензура или корпоративная цензура в узком значении, которые не ставят под сомнение идеологему об отсутствии в США государственной цензуры в целом⁵ и политической в частности. В узком понимании корпоративная цензура означает прямые ограничения руководства медиакорпорации сотрудников — редакторов и журналистов — в целях обеспечения экономических интересов компании⁶. Корпоративная цензура в таком суженном понимании трактуется как открытая цензура руководства корпорации для получения прибыли, политическая же мотивация практически полностью исключается.

Однако надо отметить, что понимание термина «корпоративная цензура» находится в процессе формирования. Современная практика показывает массу примеров ограничения свободы слова, анализ которых приводит к мысли о существовании в США системной политической цензуры. Она отличается от традиционной модели правительственной цензуры и базируется на частном бизнесе, медиакорпорациях, собственники которых являются частью экономической и политической элиты США.

Такую цензуру можно обозначить как корпоративную цензуру в широком смысле слова и дать ей следующее определение: корпоративная цензура в США является скрытым способом отсеивания и фильтрации информации, в том числе в форме самоцензуры или указания руководства, в интересах владельцев медиакорпораций (СМИ и др.) и технологических корпораций (социальные сети и др.), их партнёров в бизнесе и власти, близких людей (родственников и друзей) ради

⁴ В контексте данной работы термин «ограничение свободы слова» рассматривается как синоним, а термин «свобода слова» как антоним понятия цензуры.

⁵ В период Первой и особенно Второй мировой войны термин «цензура» употреблялся в политической и законодательной практике, однако американская политическая система приложила существенные усилия по нивелированию негатива и вписыванию этого опыта в общую американскую идеологию, что отразилось и на подходах к оценке этого явления в американских научных исследованиях.

⁶ *Croteau D., Hoynes W. The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest. Thousand Oaks, Calif., 2006. P. 180.*

сохранения и расширения прибыли, контроля над рынком, общественного и политического влияния как самой корпорации, так и её партнёров во власти и бизнесе. Политической такая цензура корпораций становится в силу участия этих корпораций в политических процессах в США, поддержки тех или иных политических партий и политиков, в том числе через принадлежащие им средства массовой коммуникации, а также в силу цензурных ограничений в отношении тех представителей политических сил, идеи которых они не разделяют.

Надо отметить, что исследование опирается на понимание корпорации как предпринимательской структуры, главной целью которой является получение прибыли, а понятие свободы слова или свободы печати употребляется как антоним понятия цензуры.

Первая поправка к Конституции США одновременно обеспечивает и законность частной цензуры в Соединённых Штатах, и её скрытый характер. Последнее достигается через приравнение понятия «цензура» исключительно к традиционной правительственной цензуре, что позволяет отвлекать внимание от частно-правительственной неформальной, скрытой цензуры. Эта цензура неинституциональна, нет отдельного государственного органа цензуры. Корпоративная цензура погружена в органы управления корпораций, в саму корпоративную природу и структуру собственности на медиа в США.

Востребованность новых исследований корпоративной цензуры в США также обусловлена малой изученностью теоретических основ, организации и механизмов действия корпоративной цензуры, используемой в политических коммуникациях. Особенностью публичной политики в США является существенная, иногда решающая, роль коммуникаций в осуществлении политических действий, достижения политических целей.

По замечанию А. Ю. Шутова, в условиях «информационного общества» на конечный результат восприятия информации оказывает влияние «увеличение опосредующих звеньев восприятия, которые выступают иногда барьерами между исследователем (и не только исследователем) и воспринимаемой им реальностью»⁷. Политическое восприятие зависит как от «угла зрения», который задаётся самим

⁷ Шутов А. Ю. Политическое восприятие страны как проблема теории коммуникации // Россия–Польша: проблемы взаимного восприятия. Материалы международной научной конференции, 23–24 сентября 2011 г. М., 2013. С. 8.

предметом восприятия, так и от среды восприятия⁸. Такой средой восприятия, без сомнения, является корпоративная форма американских средств массовой коммуникации, которая трансформируется под влиянием требований этой среды и попадает к потребителю в нужной, подготовленной редакции.

А. Ю. Шутов указал, что фрагментарность, поверхностность и неполнота информации, передаваемой средствами массовой коммуникации, приводят к искажению реальности, и в определённых случаях эти искажения носят целенаправленный и намеренный характер⁹.

Намеренная фрагментарность и фильтрация информации свойственны методам работы корпоративной цензуры в США, в том числе при формировании политической реальности.

Дисбаланс общепринятых представлений об отсутствии цензуры в США и реальной практики цензуры ставит новые научные проблемы и задачи по изучению современной корпоративной цензуры как системы ограничения политической коммуникации в США.

Непосредственный интерес исследования связан с современным этапом усиления применения корпоративной цензуры в США в политических целях, в том числе в социальных медиа.

Это определяет **актуальность исследования** политического аспекта функционирования современной корпоративной цензуры в США.

Степень научной разработанности проблемы

Вопросы теории коммуникации, в том числе её политические аспекты, рассматривали Ч. Х. Кули¹⁰, У. Липпман¹¹ и Г. Лассуэлл¹² (поведенческий, бихевиористский подход), Н. Винер¹³, К. В. Дойч¹⁴ (кибернетический подход). В рамках структурно-функционального подхода исследованиями в сфере

⁸ Там же.

⁹ Там же. С. 9.

¹⁰ Cooley Ch. H. Social organization: a study of the larger mind. New York, 1909. 426 p.

¹¹ Lippmann W. Public opinion. New York, 1922. 427 p.

¹² Лассуэлл Г. Техника пропаганды в мировой войне. М., 2021. 237 с.

¹³ Винер Н. Кибернетика и общество. М., 1958. 200 с.

¹⁴ Deutsch K. W. The nerves of government: models of political communication and control. New York : Free Press, 1965. 316 p.

политических коммуникаций занимались П. Ф. Лазарсфельд¹⁵, Б. Р. Берельсон¹⁶, Р. К. Мертон¹⁷, Э. Кац¹⁸, Т. Парсонс¹⁹, Г. Алмонд²⁰, М. де Флюэр²¹, Н. Луман²² и др. С позиций семиотического подхода вопросы коммуникации исследовали Ф. де Соссюр²³, Ч. С. Пирс²⁴, Р. Барт²⁵, К. Леви-Строс²⁶, С. Холл²⁷.

В рамках неомарксистского подхода к изучению массовых коммуникаций выделяют идеологический и критический подходы. В рамках первого вопросы политических коммуникаций затрагивали А. Грамши²⁸, Л. Альтюссер²⁹ и др. В критическом направлении изучения политической коммуникации следует выделить работы М. Хоркхаймера и Т. Адорно³⁰, Г. Маркузе³¹, Н. Постман³², Ч. Р. Миллс³³,

¹⁵ *Lazarsfeld P. F. The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign / P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. New York : Columbia University Press, 1968. 178 p.*

¹⁶ *Там же. Berelson B. Content analysis in communication research. New York, 1952. 220 p.*

¹⁷ *Lazarsfeld P. Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action / P. Lazarsfeld, R. K. Merton // Mass culture; the popular arts in America. New York, 1957. P. 457–473.*

¹⁸ *Katz E. Mass communications research and the study of popular culture // Studies in public communication. 1959. V. 2. P. 1–6.*

¹⁹ *Парсонс Т. О структуре социального действия. М., 2002. 880 с.*

²⁰ *Almond G. The Politics of the Developing Areas / G. Almond, J. Coleman. Princeton, New Jersey, 1960. 591 p.*

²¹ *DeFleur M. L. Theories of mass communication. New York, 1970. 185 p.*

²² *Luhmann N. The reality of the mass media. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 2000. 154 p. Издательство Stanford University Press является структурным подразделением Leland Stanford Junior University (Stanford University, «Университет им. Леланда Стэнфорда-младшего», «Стэнфордский университет») (США), который внесен Министерством юстиции Российской Федерации в Перечень иностранных и международных организаций, деятельность которых признана нежелательной на территории Российской Федерации (на основании решения Генеральной прокуратуры Российской Федерации от 26.03.2026 г.).*

²³ *Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. М., 1998. 235 с.*

²⁴ *Пирс Ч. С. Логические основания теории знаков. СПб., 2000. 349 с.*

²⁵ *Барт Р. Мифологии. М., 2010. 351 с.*

²⁶ *Леви-Строс К. Структурная антропология. М., 1985. 535 с.*

²⁷ *Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse // Essential Essays. Vol. 1 : Foundations of Cultural Studies. New York, 2018. P. 257–276.*

²⁸ *Грамши А. Тюремные тетради: в 3 ч. Ч. 1. М., 1991. 500 с.*

²⁹ *Althusser L. Idéologie et appareils idéologiques d'Etat // Positions (1964–1975). Paris, 1976. P. 67–125.*

³⁰ *Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения: Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. В. Адорно. М. ; СПб., 1997. 312 с.*

³¹ *Маркузе Г. Одномерный человек. М., 1994. 368 с.*

³² *Postman N. Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business. New York : Penguin Books, 2006. 184 p.*

³³ *Миллс Р. Властвующая элита. М., 1959. 416 с.*

Ю. Хабермас³⁴. В рамках постмодернистского направления массовые коммуникации исследовали М. Маклюэн³⁵, Г. Дебор³⁶, Ж. Бодрийяр³⁷.

В советской науке вопросами массовых коммуникаций занимались Г. К. Ашин³⁸, П. С. Гуревич³⁹, О. А. Феофанов⁴⁰, Б. А. Грушин⁴¹, Л. А. О니кова⁴². В постсоветский период вопросы коммуникации, в том числе в сфере политики, исследовали в своих работах Т. П. Воронина⁴³, М. Н. Грачёв⁴⁴, Е. Г. Дьякова⁴⁵, Л. М. Землянова⁴⁶, И. С. Мелюхин⁴⁷, М. М. Назаров⁴⁸, М. С. Вершинин⁴⁹, А. И. Соловьёв⁵⁰, Г. П. Бакулев⁵¹, С. М. Виноградова⁵², Г. С. Мельник⁵³,

³⁴ Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности. М., 2022. 878 с.; Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы. Исследования относительно категории буржуазного общества. М., 2016. 344 с.

³⁵ Маклюэн М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего. М., 2005. 495 с.; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский, 2003. 462 с.

³⁶ Дебор Г. Э. Общество спектакля. М., 2000. 183 с.

³⁷ Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. Москва, 2015. 238 с. *Baudrillard J. Requiem pour les media // Pour une critique de l'économie politique du signe / J. Baudrillard. Paris, 1972. 268 p.*

³⁸ Ашин Г. К. Доктрина «Массового общества». М., 1971. 188 с.

³⁹ Гуревич П. С. Буржуазная пропаганда в поисках теоретического обоснования. М., 1978. 159 с.

⁴⁰ Феофанов О. А. США: реклама и общество. М., 1974. 262 с.

⁴¹ Массовая информация в советском промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования / под общ. ред. Б. А. Грушина, Л. А. Оникова. М., 1980. 446 с.

⁴² Там же.

⁴³ Воронина Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы. М., 1995. 110 с.

⁴⁴ Грачёв М. Н. Политика, политическая система, политическая коммуникация : моногр. М., 1999. 166 с.

⁴⁵ Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: Анализ основных теоретических подходов / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. Екатеринбург, 1999. 128 с.

⁴⁶ Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М., 1999. 300 с.

⁴⁷ Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999. 206 с.

⁴⁸ Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М., 1999. 239 с.

⁴⁹ Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. М., 2001. 252 с.

⁵⁰ Политические коммуникации / Ю. Ю. Петрунин, А. И. Соловьёв, А. В. Сурин, С. Г. Туронок / под ред. А. И. Соловьёва. М., 2004. 332 с.; Соловьёв А. И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Политс. 2004. № 2. С. 124–132.

⁵¹ Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции. М., 2005. 175 с.

⁵² Виноградова С. М. Монополизация СМИ в современном информационном пространстве / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник // Политэкс. 2005. № 2. С. 95–110.

⁵³ Мельник Г. С. Журналистика в политических технологиях. СПб., 2012. 203 с.

О. В. Мозолина⁵⁴, М. В. Гаврилова⁵⁵, Л. Н. Тимофеева⁵⁶, С. А. Шомова⁵⁷, А. В. Назарчук⁵⁸, Д. П. Гавра⁵⁹, В. А. Ачкасова⁶⁰, И. М. Дзялошинский⁶¹, И. А. Быков⁶², С. В. Володенков⁶³, а также авторы диссертационных исследований Ю. В. Жорова⁶⁴, Д. Д. Иванов⁶⁵, С. С. Бодрунова⁶⁶, Н. С. Бондарев⁶⁷, А. Ю. Карпова⁶⁸, А. Б. Ромашкина⁶⁹ и др. О воздействии информации на общество писали Д. Белл⁷⁰, М. Кастельс⁷¹, Э. Тоффлер⁷², Ф. Уэбстер⁷³ и др. Вопросы взаимосвязи цифровых коммуникаций и власти исследовали в своих работах

⁵⁴ Мозолина О. В. США и международное сообщество: борьба за управление Интернетом // США и Канада: экономика, политика, культура. 2006. № 4. С. 111–119.

⁵⁵ Гаврилова М. В. Методы и методики исследования политической коммуникации. СПб., 2008. 91 с.

⁵⁶ Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис: Политические исследования. 2009. № 5. С. 41–54. Политические коммуникации в изменяющейся России / под ред. Л. Н. Тимофеевой. М., 2013. 161 с.

⁵⁷ Шомова С. А. Мемы как они есть. М., 2018. 135 с.; Шомова С. А. Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы : диссертация ... доктора политических наук. М., 2004. 352 с.

⁵⁸ Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. М., 2009. 320 с.

⁵⁹ Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. СПб., 2011. 288 с.

⁶⁰ Ачкасова В. А. Принцип «повестки дня» как доминанта медийного пространства // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 7–9.

⁶¹ Дзялошинский И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. М., 2012. 461 с.

⁶² Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования. СПб., 2013. 200 с.

⁶³ Володенков С. В. Политическая коммуникация / С. В. Володенков, Т. В. Евгеньева, А. И. Соловьёв / под ред. Т. В. Евгеньевой. М., 2025. 77 с.

⁶⁴ Жорова Ю. В. Политическая информация в медиапространстве современных демократий: опыт США и РФ : диссертация ... кандидата политических наук / Ю. В. Жорова. СПб., 2014. 207 с.

⁶⁵ Иванов Д. Д. Политическая коммуникация в современной России: особенности функционирования и тенденции развития : диссертация ... кандидата политических наук / Д. Д. Иванов. М., 2014. 140 с.

⁶⁶ Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах : диссертация ... доктора политических наук / С. С. Бодрунова. СПб., 2015. 498 с.

⁶⁷ Бондарев Н. С. Социальные медиа в современных политических процессах: технологии и ресурсы влияния : диссертация ... кандидата политических наук / Н. С. Бондарев. М., 2014. 198 с.

⁶⁸ Карпова А. Ю. Информационная аноμία в политической коммуникации : диссертация ... доктора социологических наук / А. Ю. Карпова. М., 2017. 445 с.

⁶⁹ Ромашкина А. Б. Особенности коммуникационного взаимодействия институтов политической власти и общества в условиях цифровых технологических трансформаций : диссертация ... кандидата политических наук / А. Б. Ромашкина. М., 2022. 232 с.

⁷⁰ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М., 1999. 783 с.

⁷¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. 606 с.

⁷² Тоффлер Э. Третья волна. М., 2004. 781 с.

⁷³ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М., 2004. 400 с.

Е. В. Бродовская⁷⁴, С. В. Володенков⁷⁵, Л. В. Сморгунов⁷⁶, А. И. Соловьёв⁷⁷, Л. Н. Тимофеева⁷⁸, С. Н. Федорченко⁷⁹, Ш. Зубофф⁸⁰, Г. Ловинк⁸¹, Н. Срничек⁸², Т. Флу⁸³, Э. Шмидт⁸⁴ и др. Вопросами использования коммуникаций в целях манипуляции общественным сознанием, информационно-коммуникационные технологии в политике, роль СМК в формировании политической повестки изучали М. Г. Анохин⁸⁵, Э. Бернейс⁸⁶, Е. В. Егорова-Гантман⁸⁷, С. Г. Кара-Мурза⁸⁸, Г. Г. Почепцов⁸⁹, В. П. Пугачёв⁹⁰, Н. Хомски⁹¹, А. М. Цуладзе⁹², М. Маккомбс⁹³, Г. Шиллер⁹⁴, В. А. Щипков⁹⁵.

⁷⁴ *Бродовская Е. В.* Регулирование глобальных цифровых коммуникаций — мировые тенденции // Возможности и угрозы цифрового общества. Материалы Всероссийской научно-практической конференции / под ред. А. В. Соколова, А. А. Фролова. Ярославль, 2022. С. 111–113.

⁷⁵ *Володенков С. В.* Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М., 2018. 271 с.

⁷⁶ *Публичная политика: Институты, цифровизация, развитие / под ред. Л. В. Сморгунова.* М., 2018. 349 с.

⁷⁷ *Соловьёв А. И.* Административно-сетевые барьеры цифровизации государственного управления / Навстречу цифровому обществу: экспертные оценки и прогнозы // Экспертный институт социальных исследований. М., 2019. С. 34–41.

⁷⁸ *Тимофеева Л. Н.* Новая социальность в информационной повестке дня: роль старых и новых медиа // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. 2020. № 2. С. 64–69.

⁷⁹ *Федорченко С. Н.* Технологии легитимации политических режимов в условиях цифровизации : диссертация ... доктора политических наук / С. Н. Федорченко. М., 2022. 564 с.

⁸⁰ *Зубофф Ш.* Эпоха надзорного капитализма: битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. М., 2022. 781 с.

⁸¹ *Ловинк Г.* Критическая теория интернета. М., 2019. 304 с.

⁸² *Срничек Н.* Капитализм платформ. М., 2020. 128 с.

⁸³ *Flew T.* New Media: An Introduction. Ontario, 2014. 322 p.

⁸⁴ *Шмидт Э.* Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств / Э. Шмидт, Д. Коэн. М., 2013. 367 с.

⁸⁵ *Анохин М. Г.* Информационно-коммуникативные технологии в политике // Вестник РУДН. 1999. № 1. С. 40–52.

⁸⁶ *Бернейс Э.* Пропаганда. М., 2010. 176 с.

⁸⁷ *Егорова-Гантман Е. В.* В тумане войны. Наступательные военные коммуникативные технологии. М. ; Самара, 2010. 432 с.

⁸⁸ *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляции сознанием. М., 2007. 862 с.

⁸⁹ *Почепцов Г. Г.* Информационные войны. М., 2000. 574 с.

⁹⁰ *Пугачёв В. П.* Информационный тоталитаризм как перспектива либеральной демократии XX века // На рубеже веков. 1997. № 4. С. 45–54.

⁹¹ *Herman, E., Chomsky, N.* Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York, 2002. 480 p.

⁹² *Цуладзе А. М.* Большая манипулятивная игра. М., 2000. 336 с.

⁹³ *McCombs M. E.* Setting the agenda: the mass media and public opinion. Cambridge, UK; Malden, MA, 2004. 184 p.

⁹⁴ *Шиллер Г.* Манипуляторы сознанием. М., 1980. 325 с.

⁹⁵ *Щипков В. А.* Смех, табу и другие гуманитарные технологии. М., 2017. 240 с.

Проблемное поле современной журналистики, в том числе западной, исследовали отечественные учёные Е. Л. Вартанова⁹⁶, Г. Ф. Вороненкова⁹⁷, Я. Н. Засурский⁹⁸, М. И. Макеенко⁹⁹, Г. В. Прутцков¹⁰⁰, В. Т. Третьяков¹⁰¹ и др. Кроме того, образы американской прессы XIX века нашли своё отражение в американской литературе (например, М. Твен¹⁰²).

Наиболее яркими формами подавления мнений и свободы слова в западном мире и в США в частности являются культура отмены (М. В. Кирчанов¹⁰³, В. Э. Багдасарян¹⁰⁴, Р. А. Антонов¹⁰⁵, А. Н. Асафов¹⁰⁶, Л. Г. Фишман¹⁰⁷), политическая корректность (А. В. Остроух¹⁰⁸, Ю. Л. Гуманова¹⁰⁹, В. В. Панин¹¹⁰,

⁹⁶ *Вартанова Е. Л.* Цифровое телевидение и трансформация медиасистем. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного ТВ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2011. № 4. С. 6–26; Энциклопедия мировой индустрии СМИ / Авт. : Вартанова Е. Л. и др. М., 2006. 376 с.; Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2009. 360 с.

⁹⁷ *Вороненкова Г. Ф.* Журналистика и медиарынок // Журналистика и медиарынок. 2004. С. 38–39; *Вороненкова Г. Ф.* Главный тренд трансформации зарубежных медиасистем — это русофобия // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 9–13.

⁹⁸ *Засурский Я. Г.* Журналист: российско-американские социологические исследования. М., 1998. 80 с.; *Засурский Я. Н.* Информационное общество и средства массовой информации // Развитие информационного общества в России. Т. 1: Теория и практика : сб. статей. СПб., 2001. С. 154–155.

⁹⁹ *Макеенко М. И.* Тенденции развития американской ежедневной прессы: 1995–2000 гг. : диссертация ... кандидата филологических наук / М. И. Макеенко. М., 2002. 259 с.; Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учеб. пособие для студентов вузов / Авт. : Е. Л. Вартанова и др. М., 2006. 376 с.

¹⁰⁰ *Прутцков Г. В.* История зарубежной журналистики, 1800–1929 / под ред. Я. Н. Засурского. М., 2010. 414 с.

¹⁰¹ *Третьяков В. Т.* Как стать знаменитым журналистом. 2.0: курс лекций по теории и практике современной журналистики. М., 2016. 672 с.

¹⁰² См., например, рассказы М. Твена «Как я редактировал сельскохозяйственную газету» и «Как меня выбирали в губернаторы».

¹⁰³ *Кирчанов М. В.* Историческая политика, политика памяти и война с памятниками в США // США и Канада: экономика, политика, культура. 2017. № 12. С. 63–75.

¹⁰⁴ *Багдасарян В. Э.* «Культура отмены»: феномен цивилизационного остракизма. Материалы экспертного круглого стола / В. Э. Багдасарян, В. В. Василик, Ю. Ю. Иерусалимский и др. // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: История и политические науки. 2023. № 4. С. 6–35.

¹⁰⁵ *Антонов Р. А.* Культура отмены как инструмент политической борьбы элит (на примере США) // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2023. № 6. С. 124–136.

¹⁰⁶ *Асафов А. Н.* «Культура отмены» как механизм политического давления неокOLONиализма для поддержания однополярного мироустройства : науч. издание. М., 2024. 80 с.

¹⁰⁷ *Фишман Л. Г.* «Культура отмены» в России: от неприятия к ограниченному применению? // Антиномии. 2024. № 3. С. 70–82.

¹⁰⁸ *Остроух А. В.* Политическая корректность в США: культурологический аспект: диссертация ... кандидата культурологических наук / А. В. Остроух. М., 1998. 179 с.

В. А. Кожемякина¹¹¹), деплатформизация (deplatformization) как тотальный отказ определённым группам в пользовании цифровой инфраструктурой технологической корпорации (Х. Ван Дейк, Т. де Винкель и М. Т. Шефер¹¹²), «фрейминг» и установление повестки дня третьего уровня (М. Н. Грачёв¹¹³, Т. А. Алексеева и Ж. А. Верховская¹¹⁴). Также вопросы фильтрации информации в СМИ рассматривали теоретики концепции гейткипинга (gatekeeping) (Д. М. Уайт¹¹⁵).

Проблема зависимости американских СМИ от их владельцев, методы контроля и цензуры содержания средств массовой коммуникации исследовали как российские, так и американские учёные.

Особенность отечественных исследований заключается в том, что основные работы по этой теме были сделаны в советский период. После 1991 года изменилась научная парадигма, и интерес к проблематике монополизации средств массовой коммуникации в США крупным бизнесом несколько уменьшился, хотя и не исчез полностью, изменился в том числе и язык описания этой проблематики.

Корпоративное влияние на средства массовой коммуникации было предметом научного интереса советских исследователей, которые акцентировали внимание на контроле крупного бизнеса над американскими медиа и на вовлечённости американских медиакорпораций в систему государственной пропаганды США. С началом холодной войны стали появляться небольшие издания на основе выступлений лекторов общества «Знание» (Б. Н. Крылов¹¹⁶, М. Г. Мошенский¹¹⁷, В.

¹⁰⁹ Гуманова Ю. Л. «Политическая корректность» как социокультурный процесс : На примере США : диссертация ... кандидата социологических наук // Ю. Л. Гуманова. М., 1999. 157 с.

¹¹⁰ Панин В. В. Политическая корректность как культурно-поведенческая и языковая категория / В. В. Панин : диссертация ... кандидата филологических наук. Тюмень, 2004. 217 с.

¹¹¹ Кожемякина В. А. Политическая корректность в современном публичном дискурсе (на материале русского, китайского и английского языков) : диссертации ... кандидата филологических наук / В. А. Кожемякина. Волгоград, 2024. 191 с.

¹¹² Van Dijck J. Deplatformization and the governance of the platform ecosystem / J. Van Dijck, T. de Winkel, M. T. Schäfer // *New Media & Society*. 2023. Vol. 25 (12). P. 3438–3454.

¹¹³ Грачёв М. Н. О соотношении концепций установления повестки дня и фрейминга // *Век информации*. 2018. Т. 2. № 2. С. 94–96.

¹¹⁴ Алексеева Т. А. Конструктивизм «третьего поколения»: фрейминг и коммуникация / Т. А. Алексеева, Ж. А. Верховская // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Политология. 2023. № 4. С. 801–816.

¹¹⁵ White D. M. The “gatekeeper”: A case study in the selection of news // *Journalism Quarterly*. 1950. 27 (4). P. 383–391.

¹¹⁶ Крылов Б. Н. Американская печать на службе монополий. М., 1949. 24 с.

М. Макаров¹¹⁸). Одновременно стали появляться издания в виде очерков о зависимости СМИ от крупных собственников (С. Козельский¹¹⁹). В 1950–1970-х годах исследователи пытались системно подойти к описанию связей американской прессы с корпорациями, влияния монополий на содержание СМИ, а также медийно-пропагандистского комплекса США (Н. И. Живейнов¹²⁰, С. И. Беглов¹²¹, Н. Г. Зяблюк¹²², А. В. Валюженич¹²³). Вопросам соотношения корпораций и власти в США, анализу американской корпоративной идеологии XX века посвящён труд советского исследователя И. И. Беглова¹²⁴.

В 1980-х годах предпринимались попытки осмыслить работу средств массовой информации в условиях капиталистической системы (В. С. Коробейников¹²⁵, Ю. М. Власов¹²⁶) и идеологические функции американских медиа (Н. П. Попов¹²⁷). Система контроля крупного бизнеса США над средствами массовой коммуникации, распространение влияния корпоративных СМИ на другие страны, место СМИ в политической системе стран с капиталистической системой рассматривались в работах Е. Ч. Андрунас¹²⁸, Г. Н. Вачнадзе¹²⁹, В. Л. Энтина¹³⁰. Последняя работа по корпоративной зависимости американских СМИ вышла в 1991

¹¹⁷ Мошенский М. Г. Американское радио на службе монополистического капитала. М., 1949. 32 с.

¹¹⁸ Макаров В. М. Американская печать на службе Уолл-стрита. М., 1953. 48 с.

¹¹⁹ Козельский С. Печать Америки. М., 1949. 216 с.

¹²⁰ Живейнов Н. И. Капиталистическая пресса США. М., 1956. 408 с.; Живейнов Н. И. Операция РВ: «Психологическая война» американских империалистов. М., 1966. 296 с.

¹²¹ Беглов С. И. Монополии слова. М., 1969. 406 с.

¹²² Зяблюк Н. Г. Индустрия управляемой информации. М., 1971. 140 с.

¹²³ Валюженич А. В. Внешнеполитическая пропаганда США. М., 1973. 216 с.

¹²⁴ Беглов И. И. США: собственность и власть. М., 1971. 544 с.

¹²⁵ Коробейников В. С. Идолы века: Средства массовой информации и капитализм. М., 1972. 272 с.

¹²⁶ Власов Ю. М. Средства массовой информации и современное буржуазное государство. М., 1985. 224 с.

¹²⁷ Попов Н. П. Индустрия образов: идеологические функции средств массовой информации в США. М., 1986. 144 с.

¹²⁸ Андрунас Е. Ч. Бизнес и пропаганда: Система контроля крупного капитала США над средствами массовой информации. М., 1986. 224 с.

¹²⁹ Вачнадзе Г. Н. Агрессия против разума: информационный империализм. М., 1988. 272 с.

¹³⁰ Энтин В. Л. Средства массовой информации в политической системе современного капитализма. М., 1988. 189 с.

году (Е. Ч. Андрунас¹³¹). В советский период также было издано несколько справочников по зарубежной прессе¹³².

В постсоветский период системная научная работа по изучению связей американской прессы и корпораций меняет свой вектор, выпускаются отдельные работы, которые рассматривают вопросы свободы прессы и влияния власти и бизнеса на средства массовой коммуникации в США и странах западноевропейской культуры (Л. Н. Федотова¹³³, А. И. Подберёзкин, С. П. Стреляев, Я. И. Ястребов¹³⁴), исследуются вопросы связи медиабизнеса и государства в ракурсе медиакратии (например, С. С. Бодрунова)¹³⁵, государственно-корпоративной гибридизации, то есть интеграции технологических корпораций в систему общественно-политического управления (С. В. Володенков¹³⁶), легитимации политических режимов в условиях цифровизации (С. Н. Федорченко¹³⁷). Среди диссертационных работ также можно выделить исследования Н. А. Жуковой¹³⁸, М. И. Макеенко¹³⁹ и др. Отдельным направлением исследований стали работы по истории американской прессы (В. С. Соколов, С. А. Михайлов¹⁴⁰, Ю. В. Лучинский¹⁴¹). В последние годы

¹³¹ Андрунас Е. Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. М., 1991. 209 с.

¹³² Печать зарубежных стран : справочник / ред.-сост. Я. Н. Засурский. М., 1962. 416 с.; Зарубежная печать : краткий справочник / редкол.: С. А. Лосев и др. М., 1986. 526 с.

¹³³ Федотова Л. Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. М., 1996. 231 с.

¹³⁴ Подберёзкин А. И., Стреляев С. П., Ястребов Я. И. Средства массовой информации в развитых демократиях: свободы и несвободы. М., 2005. 254 с.

¹³⁵ Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах : диссертация ... доктора политических наук / С. С. Бодрунова. СПб., 2015. 498 с.

¹³⁶ Володенков С. В. Потенциал государственно-корпоративной гибридизации в процессах трансформации традиционных политических режимов // Журнал политических исследований. 2021. Т. 5 (№ 2). С. 19–28.

¹³⁷ Федорченко С. Н. Технологии легитимации политических режимов в условиях цифровизации : диссертация ... доктора политических наук / С. Н. Федорченко. М., 2022. 564 с.

¹³⁸ Жукова Н. А. Сравнительный анализ роли СМИ в политическом процессе России и США (1991–2008 гг.) : дис. ... кандидата политических наук. М., 2008. 157 с.

¹³⁹ Макеенко М. И. Тенденции развития американской ежедневной прессы: 1995–2000 гг. : дис. ... кандидата филологических наук. М., 2002. 259 с.

¹⁴⁰ Соколов В. С., Михайлов С. А. Периодическая печать Соединённых Штатов Америки. СПб., 1998. 141 с.; Михайлов С. А. Журналистика Соединённых Штатов Америки. СПб., 2004. 447 с.

¹⁴¹ Лучинский Ю. В. Очерки истории зарубежной журналистики. Краснодар, 1996. 140 с.

также стали появляться инициативные исследования, описывающие случаи цензуры в странах Запада¹⁴².

Американские исследователи истории журналистики США (Ф. Л. Мотт¹⁴³, Х. Х. Уорд¹⁴⁴, М. К. Эмери, Э. Эмери, Н. Л. Робертс¹⁴⁵) также уделяют внимание связям прессы и бизнеса, прессы и власти. При этом в их работах отдаётся дань идеологическому мейнстриму и не употребляется понятие «цензура» в отношении контроля за содержанием медиаконтента, предпочтение отдаётся понятию «ограничение свободы слова». Вопросам доминирования экономических элит в американской общественно-политической жизни посвящены работы Ф. Э. Ландберга¹⁴⁶, Ч. Р. Миллса¹⁴⁷.

Вопросы зависимости американских медиа от корпораций и в целом от крупного бизнеса и власти разрабатывали Г. И. Шиллер¹⁴⁸, Б. Багдикян¹⁴⁹, Э. С. Херман и Н. Хомски¹⁵⁰, Р. У. Макчесни¹⁵¹, Д. Крото и У. Хойнс¹⁵².

Г. И. Шиллер разрабатывал теорию корпоративной политической системы, в том числе и роли СМИ в политико-корпоративных коммуникациях. Б. Багдикян исследовал процессы монополизации американских СМИ, издательств, записывающих компаний, киностудий. Он проследил сужение числа собственников

¹⁴² Как убивают свободу СМИ: фактчекеры — инструмент западной контрпропаганды и цензуры [Доклад Центра политического анализа]. М., 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://eiss.ru/upload/iblock/0a5/0a504c58c32cc4db1baf8cf3f1161625.pdf> (дата обращения: 10.10.2024).

¹⁴³ *Mott F. L.* American journalism. New York, 1962. 901 p.

¹⁴⁴ *Ward H. H.* Mainstreams of American Media History. Boston, 1997. 542 p.

¹⁴⁵ *Emery M. C., Emery E., Roberts N. L.* The press and America: an interpretative history of the mass media. Boston, 2000. 698 p.

¹⁴⁶ *Lundberg F. E.* America's 60 Families. New York, 1937. 544 p. В русском переводе: *Ландберг Ф. Э.* 60 семейств Америки. М., 1948. 544 с.

¹⁴⁷ *Mills C. W.* The power elite. New York, 1956. 423 p. В русском переводе: *Миллс Ч. Р.* Властвующая элита. М., 1959. 543 с.

¹⁴⁸ *Schiller H. I.* The mind managers. Boston, 1973. 214 p. В русском переводе: *Шиллер Г. И.* Манипуляторы сознанием. М., 1980. 326 с.

¹⁴⁹ *Bagdikian B. H.* The media monopoly. Boston, 1983. 282 p. В русском переводе: *Багдикян Б.* Монополия средств информации. М., 1987. 316 с. Значительно обновлённое и переработанное издание вышло в 2004 году: *Bagdikian B.* The new media monopoly. Boston, 2004. 299 p.

¹⁵⁰ *Herman E. S., Chomsky N.* Manufacturing consent: The political economy of the mass media. New York, 1988. 412 p.

¹⁵¹ *McChesney R. W.* Corporate media and the threat to democracy. New York, 1997. 79 p.; *McChesney R. W., Nichols J.* Our media, not theirs: The democratic struggle against corporate media. New York, 2002. 140 p.

¹⁵² *Croteau D., Hoynes W.* The business of media: Corporate media and the public interest. Thousand Oaks, Calif., 2006. 315 p.

медиа и привёл многочисленные примеры корпоративного контроля над работой журналистов и редакторов. Э. Херман и Н. Хомски выдвинули «модель пропаганды» для описания зависимости американских СМИ от американского правительства при посредничестве корпораций. «Модель пропаганды» строится на пяти фильтрах, которые перед публикацией или эфиром отсеивают ненужную информацию и пропускают нужную с точки зрения власти и собственника СМИ. Р. У. Макчесни исследовал концентрацию собственности на медиа в США в руках узкого круга собственников и подчинение СМИ интересам получения прибыли. Д. Крото и У. Хойнс предприняли попытку системно описать влияние бизнеса и корпораций на прессу и дали свою классификацию ограничений свободы СМИ, включая доминирование корпоративных интересов, самоцензуру и корпоративную цензуру.

Вопросы выделения корпоративной цензуры в качестве отдельного явления и связь корпоративной и правительственной цензуры исследовали Н. Джонсон¹⁵³, Э. Херман и Н. Хомски, Ч. Тауэру и Р. Салант¹⁵⁴. Вопросы частной цензуры и её защиты Первой поправкой рассматривали в своих работах Л. Ч. Соли¹⁵⁵, Д. П. Мессина¹⁵⁶. Приход на управляющие посты в американские медиа профессиональных коммерческих управленцев и смещение ориентиров с решения журналистских задач на получение максимальной прибыли исследовал Д. М. Андервуд¹⁵⁷. Со стороны журналистского сообщества последствия доминирования корпораций в американской прессе рассматривал Р. Даггер¹⁵⁸. Также источниками информации об устройстве цензуры внутри технологических корпораций выступили так называемые информаторы — бывшие сотрудники, которые собирали материалы во время работы в корпорациях, например Р. Хартвиг¹⁵⁹, З. Ворхис¹⁶⁰.

¹⁵³ *Johnson N.* How to talk back to your television set. Boston, 1970. P. 260.

¹⁵⁴ *Salant R.* Salant, CBS, and the battle for the soul of broadcast journalism: the memoirs of Richard S. Salant. Boulder, Colo., 1999. 364 p.

¹⁵⁵ *Soley L. C.* Censorship, Inc.: The corporate threat to free speech in the united states. New York, 2002. 308 p.

¹⁵⁶ *Messina J. P.* Private censorship. New York, 2023. 213 p.

¹⁵⁷ *Underwood D.* When MBAs rule the newsroom: how the marketers and managers are reshaping today's media. New York, 1993. 259 p.

¹⁵⁸ *Dugger R.* The corporate domination of journalism // The business of journalism : Ten leading reporters and editors on the perils and pitfalls of the press / Ed. by W. Serrin. New York, 2000. 203 p.

¹⁵⁹ *Hartwig R., Heckenlively K.* Behind the mask of Facebook: A whistleblower's shocking story of Big Tech bias and censorship. New York, 2021. 352 p. Социальная сеть Facebook является продуктом компании Meta Platforms Inc., которая внесена Министерством юстиции Российской

Вопросы истории и современного положения корпораций в США исследовались такими отечественными учёными, как В. П. Мозолин¹⁶¹, О. А. Жидков¹⁶², А. А. Кредер¹⁶³, В. В. Согрин¹⁶⁴, Б. М. Шпотов¹⁶⁵, а также в диссертационных исследованиях Н. В. Батулина¹⁶⁶, В. О. Козлова¹⁶⁷, в работах зарубежных авторов, например, У. А. Вуда¹⁶⁸, Г. Ласка¹⁶⁹.

Тем не менее в научной литературе наблюдается дефицит исследований, предметно рассматривающих особенности корпоративной цензуры в США.

Цель исследования — на основе комплексного исследования происхождения и генезиса механизмов корпоративной цензуры в США раскрыть модель устройства современной политической цензуры в американских медиа- и технологических корпорациях.

Для достижения поставленной цели ставятся и решаются следующие **задачи исследования**:

1) определить теоретико-методологические основания изучения современного состояния корпоративной цензуры в США;

Федерации в Перечень организаций, признанных в соответствии с законодательством Российской Федерации экстремистскими, а также Федеральной службой по финансовому мониторингу в Перечень организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности и терроризму, её деятельность запрещена на территории Российской Федерации (на основании решения Тверского районного суда города Москвы от 21.03.2022 г. и апелляционного определения судебной коллегии по гражданским делам Московского городского суда от 20.06.2022 г.).

¹⁶⁰ Vorhies Z., Heckenlively K. Google leaks: A whistleblower's exposé of Big Tech censorship. New York, 2021. 268 p.

¹⁶¹ Мозолин В. П. Корпорации, монополии и право США. М., 1966. 398 с.

¹⁶² Жидков О. А. США: Антитрестовское законодательство на службе монополий. М., 1976. 176 с.

¹⁶³ Кредер А. А. Американская предпринимательская корпорация: первое столетие истории. Американский ежегодник. М., 1994. С. 53–65.

¹⁶⁴ Согрин В. В. Крупный бизнес США от «Позолоченного века» до «Прогрессивной эры» (1870–1910-е годы) // Новая и новейшая история. 2010. № 6. С. 38–59.

¹⁶⁵ Шпотов Б. М. Организация большого бизнеса в США на рубеже XIX–XX веков. Американский ежегодник. М., 1999. С. 33–58.

¹⁶⁶ Батулин Н. В. Особенности создания корпораций в США в XVII–XX вв.: Историко-правовое исследование : диссертация ... кандидата юридических наук. Н. Новгород, 2004. 190 с.

¹⁶⁷ Козлов В. О. Становление корпоративной бизнес-элиты в период формирования индустриального общества в США: конец XIX — начало XX в. : диссертация ... кандидата исторических наук / В. О. Козлов. М., 2018. 279 с.

¹⁶⁸ Wood W. A. Modern Business Corporations: The Organization and Management of Private Corporations. Indianapolis, 1917. 600 p.

¹⁶⁹ Ласк Г. Гражданское право США. М., 1961. 775 с.

2) проследить и выявить исторические корни государственно-корпоративной политической цензуры в Англии в качестве идейных предпосылок корпоративной цензуры в США;

3) раскрыть первый опыт преодоления запрета на правительственную цензуру в США, введённого Первой поправкой к Конституции США;

4) выявить первые признаки монополизации СМИ в США и показать переход партийной цензуры в корпоративную цензуру;

5) установить идейные основы корпоративного контроля над СМИ в США;

6) выявить основные черты и дать комплексное определение современной корпоративной цензуры с учётом её политического применения в США;

7) определить и классифицировать основные механизмы современной корпоративной цензуры в США;

8) выявить особенности применения и адаптации современной корпоративной цензуры в американских социальных медиа;

9) установить практики применения современной корпоративной цензуры в отношении внутренних американских политических процессов;

10) выявить применение современной корпоративной цензуры в американских социальных медиа в политических целях в отношении российских пользователей.

Выбранные **хронологические рамки исследования** обосновываются необходимостью раскрыть проблематику американской корпоративной цензуры в конце XX — начале XXI века. Раскрытие этой темы подразумевает изучение политико-философской проблематики современной корпоративной цензуры, в том числе анализ формирования практик и понятийно-предметной области этого явления в истории: практика государственно-корпоративной цензуры в Англии в XVI–XVII веках, формирование подходов к цензуре при образовании США в XVIII веке, переход от партийного типа цензуры к корпоративному в XIX–XX веках, идейные основы корпоративного контроля над СМИ и процесс их монополизации в XIX–XX веках.

Таким образом, общие рамки исследования охватывают период с XVI по XXI век, а рамки непосредственно предметного поля исследования охватывают конец

XX — начало XXI века, когда стали особенно активно развиваться технологические корпорации в США, принадлежащие им социальные медиа, а также современная корпоративная цензура, адаптированная под социальные медиа.

Объект исследования — корпоративная цензура в США.

Предмет исследования — политический аспект функционирования современной корпоративной цензуры в США.

Гипотеза исследования

Основной гипотезой исследования является тезис о том, что в медиасистеме США присутствуют элементы политической цензуры, которые базируются на корпоративной собственности на СМИ и социальные медиа и являются системной, неотъемлемой частью общественно-политического устройства США. То есть современная корпоративная цензура США заняла место традиционной правительственной цензуры и участвует в регулировании основных публичных информационных потоков в США, препятствует широкому распространению информации, ставящей под сомнение основные направления информационной политики американских властей и корпораций.

Теоретико-методологическую основу исследования составил комплекс теоретических подходов и общенаучных методов исследования.

Исследование политического аспекта современной корпоративной цензуры в США автор производит с опорой главным образом на критический подход в понимании массовых коммуникаций (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе и другие представители Франкфуртской школы) и в первую очередь на теорию фильтров Эдварда Хермана и Ноама Хомски; на некоторые подходы советской научной школы в анализе смычки государства и монополий в США; на подходы исследования медиапроцессов во власти и политике, разработанные представителями теории коммуникации (например, теорию общественного мнения У. Липпмана), и комплекс теоретико-методологических взглядов на понимание цензуры и осуществления массовых коммуникаций, идейно тяготеющих к неомарксистским подходам (А. Грамши и Л. Альтюссер), восходящим в том числе к идеям К. Маркса о «материальной цензуре».

В качестве общенаучных методов в исследовании применялись анализ, в том числе классификация и периодизация, синтез, индукция, дедукция. В числе

теоретических общенаучных методов использовались гипотетический метод для исследования корпоративной цензуры как замещающей формы традиционной правительственной цензуры, исторический метод для выявления предпосылок и последовательности развития корпоративной цензуры, а также для выявления и анализа современных политических практик корпоративной цензуры в США.

Также были использованы специальные методы исследования: дискурс-анализ для исследования политического дискурса в США по вопросам политической цензуры; качественный контент-анализ при исследовании текстов по вопросам цензуры и корпораций; ивент-анализ при исследовании развития событий цензуры в отношении Д. Трампа и антироссийской цензуры в США.

Научная новизна исследования

1) Выявлены и описаны исторические корни американской системы корпоративной цензуры в английской системе государственно-корпоративной цензуры XVI–XVII веков, которая состояла в делегировании государством частному бизнесу полномочий по осуществлению государственных цензурных функций в обмен на монопольное положение на издательском рынке.

2) Выявлены и описаны формы цензуры, выработанные в США в первые годы существования нового государства, которые использовались для обхода Первой поправки к Конституции США о запрете государственной цензуры.

3) Раскрыта и обоснована трансформация партийного типа цензуры в корпоративный тип цензуры как этапа формирования современного типа цензуры в США.

4) Описаны идейные основы корпоративного типа контроля над медиа одновременно как религиозно одобряемого (добродетельного) вида собственности для достижения общественного блага и камуфлирующего управление корпорацией со стороны основных владельцев (мажоритарных или контролирующих акционеров).

5) Уточнено определение понятия «корпоративная цензура» как механизма, замещающего традиционную политическую правительственную цензуру.

6) Выявлены и описаны основные механизмы функционирования современной корпоративной цензуры в США.

7) Описаны и классифицированы формы и механизмы корпоративной цензуры технологических корпораций в контролируемых ими социальных медиа.

8) Осуществлена реконструкция применения цензурных механизмов на президентских выборах в США в 2020 году с точки зрения функционирования корпоративной цензуры.

9) Раскрыты механизмы современной корпоративной цензуры в социальных медиа США в отношении пользователей по принципу оценки их принадлежности к определённым мировоззренческим и политическим взглядам, в том числе против российских СМИ и общественных деятелей в 2016–2024 годах.

Соответствие паспорту научной специальности

Область исследования соответствует паспорту специальности 5.5.1. «История и теория политики» по следующим направлениям исследований:

1. История политики.
2. Политическая история: традиции, политические практики, трактовки.
4. История мировой социально-политической мысли: направления, течения, доктрины, теории, концепции, учения и идеи.
25. Политическая коммуникативистика, политическая семиотика, политическая риторика.
28. Цифровая политика: стратегии и инновации.

Положения, выносимые на защиту:

- 1) Пробразом современной корпоративной цензуры в США является государственно-частный симбиоз цензурных полномочий в Англии в эпоху Нового времени, в результате которого органы власти задавали рамки цензуры, а частный бизнес реализовал их на практике в обмен на монопольное положение на издательском рынке и финансовую выгоду от контроля над ним.
- 2) Возникновение государства Соединённые Штаты Америки и закрепление принципа свободы слова и печати в Первой поправке к Конституции США побудили американские элиты искать актуальные пути и формы политической цензуры, что привело к появлению в США «партийной цензуры», «цензуры управляемой толпы» и скрытой законодательной цензуры. Партийная цензура во второй половине XIX века в результате

коммерциализации подходов к выпуску и распространению печати начала трансформироваться в корпоративную цензуру, что постепенно вело к монополизации и контролю рынка прессы небольшой группой крупных собственников.

- 3) Корпоративный тип собственности и «корпоративная идеология» позволили крупным собственникам в США в XIX–XX веках установить контроль над медиа и одновременно создать публичный миф о том, что они перестали контролировать содержательную, политическую сторону средств массовой коммуникации, передав руководство ими профессиональным управленцам. Это позволило ключевым собственникам осуществлять непубличное управление корпорациями, в том числе осуществлять корпоративную цензуру в политических целях.
- 4) Анализ характера контроля над медиа в XX–XXI веках, сосредоточенный в руках сужающегося круга собственников, позволяет трактовать понятие «корпоративная цензура» в расширительном значении как систему контроля собственниками своих медиакорпораций, в которой информационная политика защищает интересы владельца, его партнёров в бизнесе и во власти, его друзей и родственников. В этой ситуации осуществление цензурного функционала ложится на редакторов и журналистов, которые знают конвенциональные рамки общественно-политического дискурса и ориентируются в смысловых установках собственников, осуществляя самоцензуру, что даёт собственникам дополнительные возможности непрямого контроля над редакционной политикой.
- 5) Современная корпоративная цензура в США использует свой набор механизмов контроля информации, в том числе технологических инструментов, к которым относятся прямые директивы собственника, самоцензура, цензура рекламодателя, комплекс специальных цензурных механизмов, используемых технологическими компаниями в социальных медиа, в том числе блокировка пользователя, разные виды маркировки информации, ограничение циркуляции информации (закрытие доступа к аудитории) через понижение в поисковой или рекомендательной выдаче, через запрет на размещение таргетированной рекламы.

- 6) Применение технологическими корпорациями информационных ограничений по отношению к одному из кандидатов на выборах президента США в 2020 году показывает наличие масштабной цензуры в США во внутриполитическом процессе. Используемый комплекс особых инструментов корпоративной цензуры указывает на отсутствие политической нейтральности у собственников американских социальных сетей.
- 7) Использование корпоративной цензуры в американских социальных сетях в отношении российских пользователей и сочувствующих России иностранных пользователей раскрывает идеологический и политический характер современной корпоративной цензуры в США, такие её свойства, как тотальность и тайность, а также демонстрирует на современном этапе политической истории США, что корпоративная цензура остаётся структурным элементом американской политической системы.

Теоретическая и практическая значимость исследования

Исследование представляет комплексный взгляд на генезис и современное состояние корпоративной цензуры в США. Результаты исследования могут использоваться в преподавании дисциплин по направлению «Политология», а также в курсах по социологии, журналистике и связям с общественностью. Данное исследование может быть использовано при подготовке и проведении политологических, социологических и медиаисследований.

Результаты исследования могут быть использованы в аналитической работе политических организаций и органов власти, в деятельности МИД России, а также в деятельности крупных российских медиа, которые имеют читателей, подписчиков и вещание в иностранных государствах.

Также исследование может быть полезно в работе по усовершенствованию российского законодательства в области регулирования деятельности зарубежных СМИ в России.

Степень достоверности и апробация результатов исследования

Основные результаты исследования прошли апробацию на следующих научных конференциях, семинарах, круглых столах, в том числе семинаре по проблемам современной корпоративной цензуры в США (Москва, Русская экспертная школа, 2022); Форуме по защите традиционных ценностей имени

Татьяны Щипковой «Русский мир против нацизма» (Смоленск, СмолГУ, 2024); Научно-практической конференции «Образ Победы в словах и красках» в рамках XXXIII Международных Рождественских образовательных чтений (Москва, Российский православный университет святого Иоанна Богослова, 2025); Международной научной конференции «XXII Панаринские чтения». «Духовно-нравственные ценности в геополитическом противостоянии XXI века» (Москва, МГУ имени М. В. Ломоносова, 2025); II Форуме по защите традиционных ценностей имени Татьяны Щипковой «Русский мир против нацизма» (Смоленск, СмолГУ, 2025); III Санкт-Петербургском форуме Всемирного русского народного собора «Будущее России: молодежь за веру, традиции и созидание» (Санкт-Петербург, Законодательное собрание Санкт-Петербурга / Музей Христианской культуры, 2025); XXVII Всемирном Русском Народном Соборе «К 80-летию Победы. Защитники Отечества: военный и духовный подвиг» (Москва, Храм Христа Спасителя, 2025); круглом столе в рамках Рождественских образовательных чтений «Просвещение и нравственность: формирование личности и вызовы времени» (Кострома, Костромская областная Дума, 2025).

Основные результаты работы изложены в 4 научных статьях, опубликованных в рецензируемых журналах, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М. В. Ломоносова по профилю научной специальности диссертационного исследования.

Структура диссертации

Текст диссертационного исследования состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. Первая глава состоит из четырёх параграфов, вторая и третья содержат по три параграфа.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, раскрывается степень научной разработанности, описываются цель, задачи, объект, предмет исследования, гипотеза исследования, показываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования,

формулируются методологическая основа исследования и положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Теоретико-методологические основания и исторические корни корпоративной цензуры в США» состоит из четырёх параграфов. В ней описываются теоретические и методологические основания изучения политического аспекта корпоративной цензуры в США, корни практики американской цензуры в историческом опыте Англии, генезис подходов к политической цензуре в политической практике США в XVIII–XX веках.

В первом параграфе «Теоретико-методологические основания изучения развития современной корпоративной цензуры в США» понятие корпоративной цензуры рассматривается с опорой на теоретико-методологические основания левого направления политической мысли, основываясь на идеях «материальной цензуры» К. Маркса, взглядах критического направления анализа политической коммуникации (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Ю. Хабермас), а также Р. Ч. Миллса, Н. Постмана, и преимущественно на подходах Э. Хермана и Н. Хомски. Исследование опирается на неомарксистов, сторонников идеологического подхода А. Грамши и Л. Альтюссера, представителей постмодернистского направления в анализе политических коммуникаций (М. Маклюэн, Г. Дебор, Ж. Бодрийяр).

Во втором параграфе «Английские истоки американской корпоративной цензуры (XVI–XVII века)» исследуются исторические предпосылки формирования современной корпоративной цензуры в США, которые восходят к опыту организации государственно-корпоративной цензуры в Англии в XVI–XVII веках.

В третьем параграфе «Формирование подходов к цензуре при образовании США (XVIII–XIX века)» рассматриваются методы политической цензуры, которые стали применяться в период появления и становления США как самостоятельного государства.

В четвёртом параграфе «Переход от партийного к корпоративному типу цензуры в США в XIX–XX веках» исследуется процесс трансформации принципов американской цензуры в XIX веке, который сопровождался выходом газет из прямой зависимости от партий и переход под контроль собственника, что привело к началу эпохи корпоративной цензуры в США.

Вторая глава «Формирование политико-философской проблематики современной корпоративной цензуры в США» состоит из трёх параграфов, в которых анализируются становление медиамонополий в США и идейные основы корпоративного контроля над СМИ, исследуются возникновение и содержание понятия современной корпоративной цензуры в США, а также классификация её механизмов.

В первом параграфе «Корпоративный контроль СМИ США: идейные основы и процесс монополизации в XIX–XX веках» прослеживаются идейные истоки и процесс формирования корпоративного вида собственности в странах Западной Европы, а также возникновение и развитие в США Корпоративной идеологии в XX веке в контексте процессов монополизации собственности, в том числе на медиа, в руках корпораций.

Во втором параграфе «Формирование понятийно-предметной области современной корпоративной цензуры в США» исследуется появление термина «корпоративная цензура» в общественно-политическом обороте США во второй половине XX века как альтернативы понятию «правительственной цензуры». В настоящее время понятийно-предметная область этого явления находится в процессе формирования, в научной литературе нет единого определения. Предпринимается попытка дать определение институту современной корпоративной цензуры в США.

В третьем параграфе «Анализ и классификация механизмов современной корпоративной цензуры в США» исследуются механизмы и виды американской корпоративной цензуры, роли исполнителей. Также описываются механизмы принуждения к соблюдению цензурных правил.

Третья глава «Особенности политической цензуры современных технологических корпораций в США» состоит из трёх параграфов, в которых рассматриваются особенности осуществления цензуры технологическими корпорациями в принадлежащих им социальных сетях, анализируются практики корпоративной цензуры во время выборов президента США 2020 года, а также применение цензуры в отношении российских медиа и общественных деятелей в 2016–2024 годах.

В первом параграфе «Новые направления цензуры технологических корпораций в США» исследуются особенности механизмов и инструментов

корпоративной цензуры в американских социальных сетях, принадлежащих технологическим корпорациям США.

Во **втором параграфе** «Практики корпоративной цензуры во время выборов президента США 2020 года» анализируются механизмы современной цензуры американских технологических корпораций США, задействованные в ходе избирательной кампании по выборам президента США 2020 года против одного из кандидатов, действующего на тот момент президента Дональда Трампа.

В **третьем параграфе** «Применение корпоративной цензуры против российских СМИ и общественных деятелей в 2016–2024 годах» рассматривается практика применения современной корпоративной цензуры США против российских СМИ и общественных деятелей на американских социальных платформах в 2016–2024 годах. В этот период технологические корпорации предприняли две волны цензуры в отношении российских пользователей: первая связана с антироссийской кампанией, приуроченной к выборам президента США 2016 года, вторая стала реакцией на начало Специальной военной операции на Украине в 2022 году.

В **заключении** делаются основные выводы диссертационного исследования и намечаются направления исследования проблематики политического аспекта корпоративной цензуры в США. В работе подтверждается гипотеза о том, что современная американская корпоративная цензура является элементом медиасистемы США и одновременно неотъемлемой частью их общественно-политического устройства, используется для контроля за основными идеями внутри страны и за её пределами, а также заменяет собой историческую правительственную цензуру и защищает идеологические установки и экономические интересы американских корпораций, политической элиты и властей США.

III. СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, индексируемых в базе ядра РИНЦ:

1. *Щипков Ф. А.* Трансформация цензурного контроля в период образования и становления США // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. — 2024. — № 4. — С. 134–144. (0,7 п. л., ИФ РИНЦ — 1,013). DOI: <http://dx.doi.org/10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-4-134-144>.

Статьи в рецензируемых журналах, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности и отрасли наук (политические науки)

2. *Щипков Ф. А.* Американская цензура в период Гражданской войны // Тетради по консерватизму. — 2025. — № 4. — С. 242–248 (0,6 п. л., ИФ РИНЦ — 0,142). DOI: <http://dx.doi.org/10.24030/24092517-2025-0-4-242-248>.
3. *Щипков Ф. А.* Рекламная цензура в американских газетах XIX в. : дело Уильяма Твида // Российский социально-гуманитарный журнал. — 2025. — № 2. — С. 162–174 (0,6 п. л., ИФ РИНЦ — 0,689). DOI: <http://dx.doi.org/10.18384/2224-0209-2025-2-1646>.
4. *Щипков Ф. А.* Цензура в США в период Первой мировой войны // Тетради по консерватизму. — 2025. — № 4. — С. 249–255 (0,6 п. л., ИФ РИНЦ — 0,142). DOI: <https://dx.doi.org/10.24030/24092517-2025-0-4-249-255>.

Другие публикации

5. *Щипков Ф. А.* Цензура как исключительное право США // Ортодоксия. — 2025. — № 1. — С. 172–180 (0,3 п. л.).