

ЗАВГОРОДНЯЯ Марина Юрьевна — сотрудник Экспертного института социальных исследований (115035, Россия, г. Москва, ул. Пятницкая, 18/1; zmu2707@gmail.com)

МЕСТО ПОЛА ЛАЗАРСФЕЛЬДА В НАУКЕ: СОВРЕМЕННОЕ ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИЙ

Аннотация. В современном информационном обществе, где потребление контента определяется алгоритмами, а общественное мнение формируется в условиях сетевой фрагментации, фигура Пола Лазарсфельда приобретает новое звучание. Цель данной статьи – показать, каким образом ключевые положения подхода Пола Лазарсфельда были переосмыслены в современной науке, описать границы и потенциал классических моделей в анализе цифровой коммуникации.

Ключевые слова: Пол Лазарсфельд, массовая коммуникация, двухступенчатая модель, электоральное поведение, цифровое общество, межличностное влияние

Введение

Пол Лазарсфельд — один из основателей эмпирической социологии, который первым предложил системный подход к изучению того, как массовая информация циркулирует в обществе, какова ее реальная эффективность и через какие механизмы формируется общественное мнение. Его идеи о двухступенчатом потоке информации, «лидерах мнений», перекрестном давлении и роли межличностной коммуникации заложили основу для исследования медиавлияния в XX в.

Основные научные достижения П. Лазарсфельда

Вклад Пола Лазарсфельда в становление эмпирической социологии состоит в утверждении стандарта формализованного исследования: от четкой операционализации понятий — к разработке индикаторов и измерительных шкал, от конструкторов — к наблюдаемым переменным. К числу его ключевых новаций относятся панельные исследования (фиксирующие динамику установок у одних и тех же респондентов), многомерный анализ и латентно-структурные процедуры, позволяющие выявлять скрытую организацию эмпирических данных. Коллективный труд *The Language of Social Research* кодифицировал язык и процедуры эмпирического анализа, задав методологический минимум для последующей прикладной работы в смежных областях, включая политологию и маркетинг [The Language...1955].

Исследования массовой коммуникации Лазарсфельда сместили фокус с «прямого воздействия» на социально опосредованное восприятие: аудитория гетерогенна, выбор источников и глубина усвоения зависят от социально-демографических характеристик и групповой принадлежности. Теория двухступенчатого потока сформулировала центральную роль межличностных посредников (лидеров мнений), которые интерпретируют и фильтруют медиа-сообщения, превращая влияние СМИ в процесс, встроенный в сеть доверительных связей [McQuail 2010].

Совместно с Р. Мертоном Лазарсфельд ввел понятие «наркотизирующей дисфункции»: интенсивное потребление контента способно сопровождаться снижением реальной вовлеченности и подменой действия ощущением участия. Эта перспектива объясняет слабые поведенческие эффекты при высоких уровнях медиаконтакта и усиливает требование учитывать социальный контекст восприятия [Lazarsfeld, Merton 1948]. В электоральных исследова-

ниях ученого был зафиксирован феномен «перекрестного давления» – ситуация конфликтующих идентичностей, повышающая неопределенность и смещающая момент принятия решения. Именно панельный метод сделал наблюдаемыми такие колебания и позволил анализировать динамику неустойчивых групп [Berelson, Lazarsfeld, McPhee 1954].

Идеи П. Лазарсфельда легли в основу современных теорий медиавоздействия. Так, в работе социологов Д. Харфа, П. Штер, Д. Шмук подчеркивается, что инфлюенсеры в социальных сетях продолжают выполнять функции лидеров мнений, интерпретируя и транслируя медиаконтент в локальных сообществах [Harff, Stehr, Schmuck 2025]. Л. Хелфман и соавторы с помощью моделирования показали, что распространение мнений в социальных сетях происходит через многоступенчатые структуры, в которых влияние посредников является решающим [Helfmann et al. 2023: 10]. А в исследовании Ф. Гейсбауера и соавторов детализируется механизм взаимодействия между генераторами и ретрансляторами контента в *Twitter/X* – механизм, концептуально развивающий модель двухступенчатого потока [Pournaki, Gaisbauer, Olbrich 2025]. В этом контексте подход Лазарсфельда сохраняет аналитическую ценность и продолжает использоваться как в академических исследованиях, так и в прикладных стратегиях цифровой коммуникации.

Трансформация подхода Пола Лазарсфельда в цифровую эпоху

От лидеров мнений к сетевым посредникам: эволюция коммуникационных структур. Концепция двухступенчатого потока коммуникации, впервые предложенная Лазарсфельдом [Кац 2024: 19–29], продолжает сохранять актуальность, хотя в современной цифровой среде она требует существенного уточнения. Уилбур Шрамм дополнил двухступенчатую модель, показав ее многоступенчатую природу: лидеры мнений сами опираются на других посредников, а коммуникация приобретает сложную иерархию¹.

В XXI в. медиаландшафт радикально изменился. Соцсети и мессенджеры, такие как *Telegram* и *TikTok*, создали условия для появления сети ретрансляторов, где каждый пользователь может выступать посредником и формировать собственные медиаканалы [Tucker et al. 2018]. *Telegram*-каналы формируют «дополнительный цифровой слой» между классическими СМИ и массовой аудиторией [Ларский 2025: 64]: их децентрализованная сеть позволяет обходить редакционные фильтры, а мгновенная пересылка сообщений делает как профессиональных журналистов, так и рядовых пользователей теми, кто формирует повестку (*agenda setters*). Это уточняет классическую модель «двухступенчатого» распространения информации, расширяя ее до мультистадийного медиаконтекста. Каждый участник сети становится одновременно потребителем и ретранслятором контента, что делает структуру влияния более плотной, сложной и изменчивой. Данные положения расширяют рамки оригинальной модели П. Лазарсфельда, но не противоречат ей: напротив, они подтверждают ее главный смысл – медиавоздействие не бывает прямым, а всегда встроено в социальный контекст.

Эти положения уточнили принципы П. Лазарсфельда и позволили сформулировать уточненные признаки модели: 1) многослойность: вместо одной «прослойки» лидеров возникает иерархия макро-, мезо- и микроинфлюенсеров, каждый из которых усиливает сигнал в своей квазисреде; 2) каскадная скорость: цифровые сети сокращают интервалы между шагами, превращая

¹ Schramm W. 2009. Multistep Flow Theory. – *Encyclopedia of Communication Theory* (ed. by S.W. Littlejohn, K.A. Foss). Thousand Oaks: SAGE. Vol. 2. P. 672–673.

трансфер мнения в почти синхронный процесс; 3) дифференцированное затухание: на каждой ступени меняется не только охват, но и интенсивность эмоциональной окраски; это объясняет, почему одни темы «выгорают» уже на втором уровне, а другие набирают силу к четвертому.

Таким образом, двухступенчатая модель трансформировалась в теоретическую рамку, применимую к современной сложной цифровой среде. Ее основополагающие принципы — опосредование, доверие, посредники — остаются актуальными, но проявляются в новой форме.

Политическая амбивалентность в цифровых средах: продолжение идеи Лазарсфельда. В классической модели П. Лазарсфельда важное место занимает понятие «перекрестное давление», описывающее ситуацию, при которой индивид одновременно испытывает влияние разных, зачастую противоречивых социальных идентичностей.

Исследования показывают, что наличие противоположных позиций в соцсетях (например, *Twitter*¹) способствует не смягчению разногласий, а их усилению. Эксперимент К. Бейла и его коллег показал, что контакт с альтернативными точками зрения усиливает поляризацию убежденных пользователей и не способствует формированию компромисса или консенсуса [Vail et al. 2018].

Исследование Е. Ребриной на материале ВКонтакте показало, что групповые пересечения (членство в провластных и оппозиционных сообществах) приводят к сложной амбивалентности: пользователи вынуждены балансировать между лояльностью различным позициям, а их медийное поведение становится ситуативным [Ребрина 2021].

В современных условиях идея Лазарсфельда о том, что политические установки формируются не только под влиянием массовых коммуникаций, но и в результате столкновения разнообразных микросред, получает новое подтверждение в исследованиях цифровых сред. Тем самым подход П. Лазарсфельда к интерпретации внутрисоциальных конфликтов продолжает развиваться, открывая путь к анализу новых форм амбивалентности и их влияния на политическое поведение.

Прикладная аналитика: как идеи Лазарсфельда работают в современных кампаниях

Идеи Лазарсфельда получают практическое применение в политических кампаниях, маркетинговых стратегиях и системах прогнозирования общественного мнения. В политической сфере идея двухступенчатой коммуникации легла в основу стратегий, ориентированных на работу с так называемыми инфлюенсерами доверия — локальными общественными лидерами, блогерами, тематическими авторитетами в соцсетях.

Схема разворачивается в четыре последовательных шага. Первым этапом становится картирование сетевой структуры и выявление аккаунтов с наибольшей «проводимостью» информации». В фокус попадают аккаунты с высокой коммуникативной активностью и устойчивой репутацией внутри конкретного сообщества (районные чаты, тематические паблики, локальные комментаторы). Задача этапа — получить валидное представление о структуре каналов вторичного влияния в заданной территории/нише. Практически этот этап реализуется через парсинг *Telegram*-чатов, анализ активности в группах ВКонтакте, мониторинг локальных форумов и картирование связей между ключевыми аккаунтами.

¹ Роскомнадзор заблокировал *Twitter* в начале марта 2022 г.

Следующий шаг после выявления узлов доверия – формирование сообщений. Формируется «стержневой» нарратив кампании и локализирующий фрейм – набор формул и образов, согласованных с лексикой и проблематикой конкретной аудитории (дворы, транспорт, поликлиники, поддержка малого бизнеса). Сообщение должно быть одновременно узнаваемым (сохранение ядра) и ситуационно релевантным (адаптация языка и примеров).

Третий этап реализует центральную идею Лазарсфельда – распространение информации через посредников. Сообщение запускается через малые авторитетные площадки, затем выводится в более широкие дискуссионные поля и далее – в закрытые чаты и личные переписки. Смысл этапа – не только передать контент «вниз», но и обеспечить сопровождающую инфраструктуру ретрансляции: типовые ответы на вопросы, рекомендации по подаче, визуальные материалы, заготовки заголовков¹.

Финальным (четвертым) и неотъемлемым элементом становится измерение результата не по охвату, а по фактическому сдвигу в установках и поведении аудитории. Используются цифровые метрики вовлеченности: глубина просмотра, повторные взаимодействия с контентом, доля активных комментариев. По итогам замера меняются посредники, корректируется локальный фрейм или плотность каскада. Цикличность делает модель адаптивной и приближает ее к логике многоступенчатого потока.

Заключение

Таким образом, Пол Лазарсфельд не просто заложил основу эмпирической социологии и медиатеории, он предложил эпистемологическую рамку, которая продолжает расширяться. Его подход остается живым интеллектуальным ресурсом для анализа современного медиапространства, политической коммуникации и цифрового поведения. Это делает его не только классиком, но и актуальным участником теоретического и практического диалога о природе информации и власти в XXI в.

Список литературы

Кац Э. 2024. Введение к транзакционному изданию: Наследие Лазарсфельда: сила ограниченных эффектов. – Кац Э., Лазарсфельд П.Ф. *Личное влияние: роль людей в потоке массовой информации*. М.: ИРК. С. 19-35.

Ларский Г.А. 2025. Telegram-каналы как новый инструмент формирования повестки дня. – *Вопросы медиабизнеса*. № 2. С. 59-70.

Ребрина Л.Н. 2021. Идентичностные конфликты в цифровом обществе: опыт сетевого анализа политически активных групп в социальной сети «ВКонтакте». – *Социально-гуманитарные знания*. № 5. С. 126-135.

Berelson B.R., Lazarsfeld P.F., McPhee W.N. 1954. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.

Bail C.A., Argyle L.P., Brown T.W., Bumpus J.P., Chen H., Hunzaker M.B.F., Lee J., Mann M., Merhout F., Volfovsky A. 2018. Exposure to Opposing Views on Social Media Can Increase Political Polarization. – *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 115. No. 37. P. 9216-9221.

Harff D., Stehr P., Schmuck D. 2025. Revisiting Opinion Leadership in the Digital

¹ Некоторые штабы политических кампаний используют триадную структуру подачи: визуальный триггер (картинка, мем, короткий ролик); основной пост с фреймированной аргументацией; краткий призыв к действию, адаптированный под локальный контекст. Это обеспечивает многоуровневое вовлечение: одни потребители реагируют на образ, другие – на смысл, третьи – на конкретную инструкцию.

Realm: Social Media Influencers as Proximal Mass Opinion Leaders. — *New Media & Society*. April 30. URL: https://www.researchgate.net/publication/391338983_Revisiting_opinion_leadership_in_the_digital_realm_Social_media_influencers_as_proximal_mass_opinion_leaders (accessed 28.01.2026).

Helfmann L., Djurdjevac Conrad N., Lorenz-Spreen P., Schütte C. 2023. Modelling Opinion Dynamics under the Impact of Influencer and Media Strategies. — *Scientific Reports*. Vol. 13. Article No. 19375. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-023-46187-9> (accessed 27.01.08.2026).

Lazarsfeld P.F., Merton R.K. 1948. Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action. — *The Communication of Ideas* (ed. by L. Bryson). N.Y.: Harper and Row. P. 95-118.

McQuail D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: SAGE Publications. 632 p.

Pournaki A., Gaisbauer F., Olbrich E. 2025. How Influencers and Multipliers Drive Polarization and Issue Alignment on Twitter/X. URL: <https://arxiv.org/abs/2505.14280> (accessed 27.01.2026).

The Language of Social Research (ed. by P.F. Lazarsfeld, M. Rosenberg). 1955. Glencoe, IL: Free Press.

Tucker J.A., Guess A., Barberá P. Vaccari C., Siegel A., Sanovich S., Stukal D., Nyhan B. 2018. Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. — *SSRN Electronic Journal*. DOI: 10.2139/ssrn.3144139.

ZAVGORODNYAYA Marina Yur'evna, employee of the Expert Institute for Social Research (18/1 Pyatnitskaya St, Moscow, Russia, 115035; zmu2707@gmail.com)

PAUL LAZARSFELD'S LEGACY IN SOCIAL SCIENCES: EMPIRICAL FOUNDATIONS, INFLUENCE, AND CONTEMPORARY APPLICATIONS

Abstract. In today's information society, where content consumption is shaped by algorithms, and public opinion forms under conditions of networked fragmentation, the figure of Paul Lazarsfeld acquires renewed significance. This article aims to show how the key tenets of Lazarsfeld's approach have been reinterpreted in contemporary scholarship and to delineate the limits and potential of classical models for analyzing digital communication.

Keywords: Paul Lazarsfeld, mass communication, two-step flow, electoral behavior, digital media, opinion leaders
