

Секция «24.1 Политизация неполитических сфер в современном мире: тренды и технологии»

**Квотирование музыкального контента как технология политизации культурного пространства**

**Научный руководитель – Кузнецов Игорь Иванович**

*Ярошева Дарья Викторовна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра истории и теории политики, Москва, Россия

*E-mail: dyarosheva@mail.ru*

Музыка в современном обществе воспринимается преимущественно как сфера досуга и развлечения, форма эмоциональной разрядки или эстетического удовольствия. Однако за фасадом «легкого жанра» скрывается мощный пласт социального конструирования реальности. Теоретическая рамка данного исследования опирается на ряд устоявшихся концепций. Согласно П. Бергеру и Т. Лукману, именно повседневные практики и символические интеракции формируют картину мира индивида [2]. Музыка в данном случае выступает одним из таких агентов: она не просто сопровождает общественную деятельность, но и задает смысловые рамки восприятия. Встраиваясь в повседневность, она становится одним из инструментов социализации человека. Подтверждением являются труды Т. Парсонса, указывавшего на важную роль культурных образцов в процессе интернализации норм и ценностей [5]. Важно подчеркнуть, что этот процесс не является сугубо естественным. Т. Адорно и М. Хоркхаймер в концепции «культурных индустрий» предостерегали от стандартизации сознания через массовую культуру [1]. В продолжение данной мысли современные исследователи Д. Хезмондалш и М. Клуанан в своих трудах сделали акцент на том, что популярная музыка кроме того находится на пересечении коммерческих и политических стратегий, что вывело на первый план проблему ее государственного регулирования [6, 9].

Таким образом, будучи инструментом социализации и мягкой силы, музыка неизбежно стала попадать в поле зрения государства. Стремясь предотвратить негативные последствия различных социально-экономических процессов, представители органов власти внедряют различные способы регулирования культурного пространства. Одним из таких выступило квотирование национального музыкального контента. В рамках данной работы будут раскрыты три примера использования этой практики.

Первым является Франция. Выступая классическим примером языкового протекционизма, в 1994 году она утвердила закон № 94-665, согласно которому 40% песен в радиозфире должны быть на французском языке, причем половина из них должна была приходиться на новых исполнителей [3]. Французская модель интересна не только самим фактом квотирования, но и юридическим прецедентом: в 1998 году Государственный совет Франции подтвердил, что культурные квоты не противоречат праву ЕС, так как являются мерой защиты культурного разнообразия, а не торговым барьером. Высший совет аудиовизуала (CSA) регулярно публикует отчеты о соблюдении языковых норм, фиксируя как успехи, так и нарушения. Однако практика выявила и технологии обхода: радиостанции неоднократно обвинялись в том, что выполняют норму за счет ротации одних и тех же признанных звезд, фактически игнорируя новых авторов [7]. Конфликт 2015 года, когда крупнейшие вещатели устроили бойкот, вновь обнажил противоречие между бизнес-интересами и государственной культурной политикой.

Канада же пошла по пути формально-критериальной модели, известной как CanCon (Canadian Content). Так введенная в 1970-х годах система MAPL (Music, Artist, Performance, Lyrics) оценивала не язык, а происхождение продукта, что позволило в условиях доминирования англо-американского рынка мягко поддержать локальную индустрию [8]. Канадская комиссия по радио, телевидению и электросвязи (CRTC) регулярно пересматривает нормативы [10], а в последние годы Канада сделала новый шаг, внедряя регулирование стриминговых платформ (Online Streaming Act, Bill C-11, 2023), обязывающее их инвестировать в местный контент [11].

В качестве третьего примера необходимо осветить Россию, которая представляет собой пример активной политической риторики при отсутствии законодательно закрепленных федеральных квот. Наиболее резонансной стала инициатива депутата И.И. Никитчука (фракция КПРФ), предлагавшего в 2014 и 2026 годах установить 75-процентную квоту для произведений на русском и национальных языках на государственных каналах [4]. Законопроект не был принят, однако сама дискуссия показательна как пример политизации темы.

Проведенный анализ позволяет рассматривать квотирование музыкального контента как один из механизмов государственной политики, направленный на обеспечение культурного суверенитета и поддержку национальных производителей. Опыт Франции, Канады и России демонстрирует, что выбор конкретной модели регулирования обусловлен институциональными особенностями, историческим контекстом и приоритетами политического курса каждой страны. При этом эффективность данного инструмента напрямую зависит от качества правоприменительной практики и способности государства адаптировать механизмы контроля к меняющимся условиям функционирования медиарынка.

#### Источники и литература

- 1) Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. — М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997.
- 2) Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — М.: Медиум, 1995.
- 3) Киселев С.С. О смене вектора языковой политики Франции: от закона Тубона к закону Фиоразо // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология». 2019. №3.
- 4) Никитчук И.И. Пояснительная записка к законопроекту № 123456-7 «О внесении изменений в Закон РФ «О средствах массовой информации» (в части установления квот). — М.: ГД ФС РФ, 2014.
- 5) Парсонс Т. О структуре социального действия. — М.: Академический проект, 2000.
- 6) Хезмондалш Д. Культурные индустрии. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.
- 7) Bill C-11. An Act to amend the Broadcasting Act and to make related and consequential amendments to other Acts, 2025. URL: <https://www.parl.ca/legisinfo/en/bill/44-1/c-11> (Дата обращения: 08.03.2026)
- 8) Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC). Canadian Content (CanCon) Regulations. — Ottawa, 1971 (with amendments).
- 9) Cloonan M., Street J. Politics and Popular Music // Popular Music. — 1997. — Vol. 16, No. 2. — P. 123-132.
- 10) CRTC. Navigation and Measurement of Music Content on Radio. Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2020-104. — Ottawa, 2020.

- 11) The Local. Radio rift as France runs out of French music. — 2015, 29 September. — URL: <https://www.thelocal.fr/20150929/trouble-as-france-runs-out-of-french-music> (дата обращения: 08.03.2026).