

ОТ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ К ТЕОРИИ МЕДИА

**Динамика медиаисследований
в современной России**

Под редакцией Е. Л. Вартановой

Москва 2019



УДК 070
ББК 76.0
0-80

*Исследование выполнено за счет средств
гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01408)*

Р е ц е н з е н т ы:

доктор социологических наук, профессор,
директор Института «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций» СПбГУ А. С. Пую;
доктор филологических наук, профессор,
декан факультета журналистики ЮУрГУ Л. П. Шестеркина

А в т о р ы:

Е. Л. Вартанова, М. Е. Аникина, А. В. Вырковский, А. Н. Гуреева,
Д. В. Дунас, М. И. Макеенко, С. С. Смирнов

0-80 **От теории журналистики к теории медиа.** Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*: колл. моногр. — М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2019. — 208 с.

ISBN 978-5-19-011363-1

ISBN 978-5-7776-0126-1

В коллективной монографии представлены материалы второго этапа научно-исследовательского проекта «Разработка фундаментальных основ отечественной теории медиа в условиях трансформации общественных практик и цифровизации СМИ». В работе осмыслен и систематизирован опыт изучения журналистики, массовой коммуникации и медиа, накопленный российскими учеными, а также рассмотрены актуальные теоретические подходы к исследованию феномена медиа.

В книге содержатся результаты анализа объектно-предметного поля и терминологического аппарата исследований в области журналистики, массовых коммуникаций и медиа, обобщены мнения представителей академического и экспертного сообщества о современном состоянии концептуальных подходов и тезауруса, возможной структуре теории медиа и особенностях ее применения в пространстве эмпирических исследований. В работе представлены подготовленные в ходе исследования карты-схемы, демонстрирующие ключевые характеристики полученных в ходе реализации проекта данных.

Для преподавателей и исследователей журналистики, массовых коммуникаций и медиа, медиапрактиков и медиаэкспертов, аспирантов и широкого круга заинтересованных читателей.

ISBN 978-5-19-011363-1

ISBN 978-5-7776-0126-1

© Колл. авторов, 2019

ВВЕДЕНИЕ

Активный и быстрый переход современных отечественных медиа в новые организационно-технологические условия в начале XXI века ведет к устареванию устоявшихся в России теоретических представлений о медиа как социальном институте и индустриально-технологической системе, их природе, принципах и задачах функционирования, их роли в многообразных социальных процессах, месте в обществе. Наряду с этим в различных сегментах социального пространства формируется критическое отношение к журналистике и средствам массовой информации при одновременном расширении потенциала влияния традиционных СМИ, новых медиа и социальных сетей на повседневную жизнь современного человека, наблюдается разрыв теоретических представлений о медиа и понимания медиа обществом, с одной стороны, и реального функционирования медиаиндустрии – с другой. Исследователи, эксперты, медиапрактики и другие участники массово-коммуникативных процессов воочию столкнулись с проблемой отсутствия современной и адекватной реалиям отечественной теории медиа, которая позволила бы определить природу и особенности журналистики и медиаиндустрии в российском обществе.

Рост интереса к медиаисследованиям в начале XXI века объясняется возрастающим вниманием мирового сообщества к роли информационно-коммуникационных технологий, и прежде всего цифровых медиа, в развитии общественных процессов и жизни современного человека, изменением их значения для политики, экономики, культуры, социальной сферы. Феномен медиа рассматривается в различных контекстах и исследовательских парадигмах. Так, эмпирико-функционализм традиционно анализирует медиа

как социальный институт, которому обществом предписывается выполнение определенных функций в целях общественного интереса, в то время как, например, политэкономическая парадигма предлагает изучать медиа как область экономического производства, встроенную в производственные отношения и являющуюся одновременно сферой материального и символического производства, влияющей на распределение общественного богатства. Полипарадигмальный подход к медиа широко представлен в академических исследованиях, причем, отдавая приоритет одной из многочисленных концепций, медиаисследователи не отрицают их возможной взаимосвязи.

В России в 1990-е гг. с началом масштабных общественно-политических и экономических трансформаций завершился период доминирования марксистско-ленинской идеологии в гуманитарных науках, изменения затронули и сферу изучения журналистики и массовых коммуникаций. Был начат процесс десоветизации теории журналистики и средств массовой информации и пропаганды. Параллельно начались поиски новой исследовательской парадигмы, объясняющей изменения российской медиасистемы, коренную модернизацию законодательства в области массовой информации, становление рыночных отношений в области журналистики и массовых коммуникаций, возникновение новых и отмирание (трансформацию) традиционных социально-культурных практик (в том числе практики обращения к различным информационным ресурсам), изменение профессиональных стандартов журналистики, появление значительного числа новых участников массовой коммуникации. Формирующаяся теория оказалась зависима и от нового типа запросов – со стороны различных структур и представителей медиабизнеса, растущего рекламного рынка.

При этом обретение академической автономии данной областью исследований было осложнено укорененностью в сознании представителей академической общественности действовавших на протяжении десятилетий концептуальных подходов к журналистике как инструменту идеологического и организационного обеспечения социальных взаимодействий и общественного развития, фактическим отсутствием (или недостаточной разработанностью) самостоятельного теоретико-методологического аппарата проводимых исследований.

На рубеже веков в силу продолжающихся социально-политических преобразований, технологических, экономических и культурных трансформаций существовавшие противоречия были отчасти решены, и вместе с тем возникли новые трудности, расширился масштаб дискуссий о природе, движущих силах и задачах современных массмедиа. Стало очевидно, что теоретические проблемы, известные исследователям, имеют двойственную природу и связаны не только с развитием академического поля, но и с возможностями оптимизации деятельности медиа, поскольку они имеют неоспоримую практическую значимость.

В рамках исследовательского проекта «Разработка фундаментальных основ отечественной теории медиа в условиях трансформации общественных практик и цифровизации СМИ» (№ 17-18-01408) на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова в 2018 г. был реализован второй этап комплексного изучения современного состояния отечественной теории медиа. Для этого была осуществлена обработка и кластеризация материалов глубинных интервью с представителями ведущих российских университетов, продолжено многоуровневое исследование диссертационных работ по специальности «Журналистика» и научных

статей, посвященных проблемам функционирования журналистики и массовых коммуникаций, за 2012–2016 гг., начато проведение библиометрического обзора научных работ в области медиа и журналистики за 1991–2018 гг.

Результаты исследования были дополнены анализом развития традиционных для нашей страны теории журналистики, теории коммуникации и медиа, существующих в различных сегментах российского научного сообщества и зафиксированных в работах по этой проблематике. Возможно отметить как актуальность своеобразной девестернизации российской исследовательской практики, так и возникновение у отдельных групп академического сообщества потребности в расширении отечественной теоретико-методологической базы медиакоммуникационных исследований.

Научным коллективом были подготовлены и опубликованы статьи в научных изданиях, тезисы докладов по тематике исследования, результаты различных исследовательских процедур были представлены на международных и всероссийских научных и научно-практических конференциях в России и за рубежом.

Осмысление полученных материалов, совокупности имеющегося в распоряжении современных исследователей теоретического и эмпирического знания сегодня позволяет делать осторожные прогнозы относительно возможности формирования отечественной системной теории медиа, представлять ее фундаментальные основания, учитывающие актуальные тенденции развития информационно-коммуникативного поля и российской индустрии медиа, трансформации социально-культурных практик первых десятилетий XXI века в России.

Глава 1

ГЕНЕЗИС ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ МЕДИА В РОССИИ

- 1.1. Динамика теоретической мысли в отечественных и зарубежных медиаисследованиях
- 1.2. Факторы трансформации отечественной теории медиа (1990–2000 гг.)
- 1.3. Основные блоки теоретических концепций
- 1.4. Национальные особенности медиаисследований в России на рубеже 1990–2000 гг.

1.1. Динамика теоретической мысли в отечественных и зарубежных медиаисследованиях

В 1990-е гг. в России с началом масштабных социально-политических трансформаций закончился период доминирования марксистско-ленинской идеологии в гуманитарных науках, в том числе и в области изучения журналистики. Новый этап в осмыслении массовых коммуникаций, журналистики начался с десталинизации и последующей десоветизации теории журналистики и средств массовой информации и пропаганды (СМИП), а также с поиска новой парадигмы исследования журналистики и массовых коммуникаций¹.

Необходимо отметить, что специфика традиции изучения журналистики в СССР, в отличие от медиаисследований в США или западноевропейских странах, сформировалась в особых условиях институционализации этой области научных исследований. Она сама долгое время не имела независимого академического статуса, выступая частью устоявшихся научных областей —

¹ Засурский Я. Н. Колонка редактора. 50 лет десталинизации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2003. — № 6. — С. 3—6.

филологии или истории, причем университетская подготовка журналистов была начата в СССР главным образом на филологических факультетах. Неудивительно поэтому, что советская теория журналистики опиралась на прочный филологический, прежде всего литературоведческий, и исторический фундамент². И хотя после распада СССР общественные условия изменились и отечественные ученые обрели невиданную прежде свободу научной мысли, историко-филологическая линия изучения журналистики показала свою устойчивость. Исследование публицистических текстов как литературного произведения и языка СМИ, методы контент- и дискурс-анализа, изучение СМИ в историческом контексте — все это подтверждает наличие значимого историко-филологического вектора в современных российских медиаисследованиях³.

С другой стороны, формированию академической независимости этой области мешала глубокая укорененность концептуальных подходов к журналистике как инструменту идеологического и организационного обеспечения социалистического строительства⁴, что объясняло достаточно долгое отсутствие собственного независимого теоретико-методологического аппарата. Что касается отхода от марксистско-ленинских основ теории журналистики,

² История русской журналистики XVIII—XIX вв. / под ред. А. В. Запорова. — М.: Высш. шк., 1973; Есин Б. И. История русской журналистики (1703—1917): учеб.-метод. комплект. — М.: ФЛИНТА; Наука, 2000; Громова Л. П., Бадалян Д. А. История русской журналистики XVIII—XIX веков / под ред. Л. П. Громовой. — СПб: Изд-во СПбГУ, 2003.

³ Там же.

⁴ См., напр.: Пельт В. Д., Мишуриц А. Л. Теория и практика партийной и советской печати: учеб.-метод. пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1962.

то российские ученые на рубеже 1980—1990 гг. начали активно искать альтернативу, заимствуя зарубежные медиаконцепции и их терминологический аппарат и впоследствии адаптируя их в контексте отечественных исследований. По существу, это стало началом системного обновления теоретических положений и интеграции российских исследований в мировое академическое сообщество⁵.

Следует, правда, подчеркнуть, что именно в это время выявилась определенная сложность процесса российской теоретической модернизации. Об этом четко говорил выдающийся отечественный теоретик журналистики Е. П. Прохоров: «Процесс развертывания теоретико-журналистского знания требует более строгого различения уровней знания. Однако в силу различных причин предмет общей теории журналистики как фундаментальной науки (в ее соотношении с другими теоретическими дисциплинами) строго не обозначен, категориальный аппарат системно не разработан, а основные “ростовые точки” не отражены... теперь и в науке о журналистике проходит процесс дифференциации, и то, что раньше безусловно входило в предметную область общей теории журналистики, нередко, “отпочковываясь”, становится предметом самостоятельной дисциплины (таковы, например, “система СМИ”, “журналистская этика”, “журналистское право”). С другой стороны, общая теория журналистики расширяет свой предмет, переводя из латентной в явную форму такие области знания, как “информационный порядок” (и в связи с этим “информированность” — “плюрализм” — “толерантность” — “диалог” — “сближение и партнерство”), “ин-

⁵ Прохоров Е. П. Введение в журналистику. — М.: Высш. шк., 1988; Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993.

формационная безопасность”, “информационное пространство”, “социальные типы СМИ”, “журналистская деонтология” и др. Следовательно, требуется продолжить применительно к современной ситуации специальный анализ предметной области общей теории журналистики»⁶.

Столь длинная цитата необходима, чтобы обратить внимание на то, что Е. П. Прохоров понимал и определенную размытость границ теории журналистики, ее объектно-предметного поля, и расширение последнего в контексте общественно-политических трансформаций, когда упоминал появление новых терминов («система СМИ», «деонтология», «информационное пространство»). Именно в этой небольшой работе один из основоположников отечественной теории медиа указал и на противоречивый характер теории журналистики, и на ее потенциал для дальнейшей теоретизации более широкой научной области.

Осознание новых теоретических подходов к журналистике и медиа в 1990-е гг. происходило в условиях значительных изменений в российской медиасистеме. В числе самых важных — кардинальная модернизация законодательства в области СМИ, становление рыночных отношений в массмедиа, трансформация социальных и культурных практик, менявших запросы россиян на информацию, изменение профессиональных стандартов журналистики. На развитие медиатеории повлияло и появление заказа со стороны медиабизнеса на прикладные исследования, стимулированного ростом рекламного рынка

⁶ Прохоров Е. П. История преподавания и разработки теории журналистики // Медиаскоп. — 2006. — Вып. 1. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/история-преподавания-и-разработки-теории-журналистики>

и широким распространением пиар-технологий в избирательных процессах⁷.

Эти изменения практически одновременно превратили советскую школу изучения теории и практики зарубежных СМИ, ведущую роль в которой играли ученые кафедры истории зарубежной печати и литературы факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова во главе с Я. Н. Засурским⁸, не просто в актуальную область знания, но и в богатый источник новых академических подходов и методологий.

После распада СССР в России, как и во всех бывших социалистических странах Европы, изменение теоретического осмысления массмедиа (в российской академической литературе синонимом часто выступает понятие «средства массовой информации», СМИ)⁹ оказалось неизбежным, но при этом внутренне противоречивым процессом. Основные узлы разногласий завязались между марксистско-ленинской теорией журналистики, опиравшейся на принципы партийности, действенности и от-

⁷ СМИ в меняющейся России / под ред. Е. Л. Вартановой. — М.: Аспект Пресс, 2010.

⁸ См., напр.: Журналистика в буржуазном обществе / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Мысль, 1976; На службе монополий: Информационно-пропагандистский комплекс стран капитала / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Мысль, 1977; Техника дезинформации и обмана / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Мысль, 1978; Буржуазные теории журналистики: Критический анализ / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Мысль, 1980.

⁹ Очевидная синонимичность этих понятий для многих исследователей опирается на подход известного российского ученого Л. М. Земляновой (см.: Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. — С. 197–200).

крыто провозглашавшей идеологические задачи журналистики, и западными, прежде всего англосаксонскими, концепциями журналистики и массмедиа, которые в качестве универсальных теоретических ценностей выдвигали принципы свободы слова/свободы прессы, журналистского контроля за действиями власти, свободного рынка в СМИ.

Постепенно по мере развития социально-политических и медиатрансформаций в 1990–2000 гг. напряженность ослабевала, однако при этом возникали новые, не менее острые академические споры о природе, движущих силах и задачах массмедиа. Они произрастали из различных представлений о роли универсальных и специфических национальных факторов в медиасистемах, что особенно актуализировалось в условиях социальных трансформаций стран постсоветского пространства. На этом же этапе медиатеория столкнулась с глобальным развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), становлением Интернета в качестве новой медиасреды, зарождением цифровой революции в медиасистемах¹⁰.

¹⁰ Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture: The Power of Identity*. — Vol. 2. — Malden, MA: Wiley-Blackwell, 1997; Gross P., Jakubowicz K. *Media Transformations in the Post-Communist World: Eastern Europe's Tortured Path to Change*. — Lexington: Lexington Books, 2012; Jakubowicz K. *Post Communist Media Development in Perspective*. — Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, Internat. Politikanalyse; Abt. Internat. Dialog, 2004; Patnaik A., Tulsiram (eds.) *Post-Soviet States: Two Decades of Transition & Transformation*. — New Delhi: K W Publishers Pvt Ltd, 2012; Splihal C. *Media beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*. — Boulder: Westview Press, 1994; Уэбстер Ф. *Теории информационного общества*. — М.: Аспект Пресс, 2004.

Новые академические подходы к массмедиа — как в экономически развитых странах с устоявшимися медиасистемами, так и на постсоциалистическом пространстве, где медиасреда и журналистика находились в динамике, — актуализировали свое представление об этом социальном институте. Среди них можно выделить следующие концепции:

- Массмедиа как «четвертая власть»;
- СМИ как общественный институт с особой степенью социальной ответственности перед нацией;
- Массмедиа как прибыльная сфера национального и транснационального бизнеса, неотъемлемая часть глобальной индустрии развлечений;
- СМИ как традиционный институт государства, обеспечивающий географическую, политическую и культурную связанность национального государства, гарантирующий его национальную идентичность;
- СМИ как иерархическая структура, находящаяся в руках элит и управляемая медиаэлитой, которая встроена в общую систему управления;
- Медиа/массмедиа как горизонтальная информационно-коммуникационная система, отвечающая на запросы фрагментирующейся аудитории и отдельных пользователей¹¹.

¹¹ Bens E. *Media Between Culture and Commerce // Changing Media-Changing Europe Series*. — Vol. 4. — Chicago: Chicago Press, 2007; Croteau D., Hoynes W. *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. — California: Pine Forge Press, 2001; Hallin D., Mancini P. *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2003; McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. — London: Sage Publications, 2010.

В контексте этих и некоторых других формировавшихся подходов к СМИ и происходила с 1991 г. трансформация российских медиаисследований, в рамках которой отчетливо выделяются несколько этапов, отличающихся друг от друга доминирующими в медиасистеме тенденциями развития и связанными с экономическими и социокультурными особенностями каждого из них.

Этапы трансформации российских теоретических исследований. Изменения теоретических представлений о медиа в российском научном дискурсе представляет собой масштабный процесс, затрагивающий и тезаурус, и методологию, и концептуальный аппарат, и даже парадигмальные подходы¹². По причине сложности этого процесса необходимо выделить хотя бы основные его стадии, чтобы понять векторы и особенности этапов развития в отечественном контексте.

Главным вектором первого этапа трансформации (конец 1980 – начало 1990-х гг.) российских, как, впрочем, и восточно-европейских исследований СМИ, стала активная адаптация зарубежных, в первую очередь американских, подходов к пониманию природы и задач журналистики и СМИ в обществе. Показательно, что этот этап начался уже в последние годы существования социалистической системы, когда масштабное обновление теории медиа было еще невозможно, однако в тезаурус и академические дискуссии уже внедрялись понятия, прежде или неизвестные, или нерелевантные для советской теории. В их числе – общая концепция демократии, свобода слова, «четвертая власть» плюрализм, конкуренция (в том числе и рыночная) в медиасреде, расследовательская журналистика и многие другие. Данный этап отличали вы-

¹² Свитич Л. Г. Изучение журналистики в контексте общенаучных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – Т. 5. № 4. – С. 546–561.

работка нового концептуального аппарата и очевидная тенденция к денационализации теории СМИ, которая в этот момент, правда, больше демонстрировала уход от идеологических основ социалистической теории, нежели отрицание национальных традиций¹³.

Второй этап (1990-е гг.) характеризовался в России и восточноевропейских странах национальной контекстуализацией зарубежных, прежде всего американских и западноевропейских, концепций и методологий. Одновременно возросла значимость прикладных исследований, которая была вызвана развитием медиаэкономики и рекламного рынка, а также формированием прикладной медиapolитики. В результате введения рыночных отношений анализ медиасистем стал активнее опираться на политэкономическую традицию, особенно в условиях возросшей критики постсоциалистических традиций в политических системах и специфических процессов концентрации собственности. Медиадискурс в России в конце 1990-х пополнился такими понятиями, как «информационное/сетевое общество», «публичная сфера», «медиаэкономика», «глобализация», «медиаантропология», «культурология», «медиапсихология» и т. д. На этом этапе увеличилось количество научных статей на русском языке, использующих перечисленные понятия для объяснения процессов в российской медиасистеме¹⁴.

¹³ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. — М.: Вагриус, 1998; Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. — М.: Рос.-амер. информ. пресс-центр; Вагриус, 1997; Androunas E. *Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives*. — West-port, CT: Praeger, 1993; Андрунас Е. Ч. Информационная элита: корпорации и рынок новостей. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991.

¹⁴ Засурский И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. — Изд-во Моск. ун-та, 2001; Zassoursky I. *Media and Power in Post-Soviet Russia*. — London: Routledge, 2002.

И хотя на данном этапе все еще прослеживалось заметное влияние западных теорий и понятий, становилось понятно, что отечественная теория не может с легкостью адаптировать их: выявилось наличие значительных экономических и социокультурных различий между отечественной и зарубежной журналистикой, возник «глобальный кризис» в отношении национальных школ медиаисследований к «западным теориям»¹⁵. Более того, в процессе адаптации наиболее известных зарубежных концепций в российских исследованиях журналистики и СМИ наметилась тенденция к переосмыслению не только советских, но и западных парадигм.

Третий этап (с середины 2000-х гг.) отличается уже активным формированием национально детерминированных концепций, с учетом переосмысления зарубежных теорий и использования собственных эмпирических данных, поиска оригинальных идей. Появляются новые модели национальных исследований СМИ, объединявшие в теоретическом анализе массмедиа и устоявшиеся, имеющие исторические национальные корни, подходы, и новые, возникающие в глобальном масштабе взгляды. Особого упоминания заслуживает развитие — на стыке второго и третьего этапов трансформации российской теории СМИ — такой области, как медиакритика, ставшей важным инструментом саморегулирования профессионального медиасообщества, с одной стороны, и аналитико-социокультурной «подпиткой» национальных школ исследований СМИ — с другой¹⁶.

¹⁵ Curran J. & Park M.-J. *De-Westernizing Media Studies*. — London: Routledge, 2000; Thussu D. *Internationalizing Media Studies*. — London: Routledge, 2009, Downing J. *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture: Reflections on Media in Russia, Poland and Hungary 1980–95*. — London: Thousand Oaks; California: Sage Publications, 1996.

¹⁶ Короченский А. П. Медиакритика в теории и практике журналистики. — Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 2003.

То, что теоретические парадигмы изменялись не столь быстро, как российская медиасистема в целом, можно объяснить несколькими причинами. Во-первых, очевидно, что теории трансформируются медленнее, чем реальность — это одно из наиболее простых и убедительных объяснений. Отчасти оно связано с тем, что науке требуется новый объем эмпирических данных, которые нужны для построения гипотез и дальнейшей теоретизации. Во-вторых, на академическом поле медиаисследований в России сохранялись прежние институциональные «игроки», а именно факультеты, отделения и кафедры журналистики в вузах, которые реализовывали программы по журналистскому образованию. Очевидно, что в условиях приоритетности реформирования образовательных стандартов и учебных планов научным исследованиям уделялось недостаточно внимания. В-третьих, сама трансформация объектно-предметного поля теории — от журналистики к СМИ, массмедиа, массовым коммуникациям, медиа в широком смысле — требовала от исследователей не только решимости, но и большой подготовительной работы для расширения исследовательского фокуса, перехода к концептуальной и методологической междисциплинарности¹⁷.

¹⁷ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993; Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства массовой информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004; Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999; Землянова Л. М. Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. — М.: МедиаМир, 2012; Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики. — СПб: Изд-во СПбГУ, 1995.

Одним из результатов этих процессов стало и то, что в российском академическом дискурсе возникла терминологическая неясность и путаница, из-за которой многие новые понятия медиа-теории попали в поле прежних концепций и терминов, меняя их значение, смысл и понимание исследовательским сообществом¹⁸.

1.2. Факторы трансформации отечественной теории медиа (1990–2000 гг.)

В период масштабных социальных трансформаций российского общества первым и главным направлением трансформации отечественных исследований журналистики и СМИ, как мы видим, стало использование и переосмысление российскими исследователями зарубежных теоретических подходов к медиа. Несомненно, эта работа начиналась с заимствования зарубежных теорий и концепций, которые впоследствии проходили период адаптации, завершавшийся или их принятием и широким использованием, или отказом от них. Анализируя процесс трансформации отечественной теории медиа, можно выделить несколько очевидных влиятельных факторов, которые будут рассмотрены ниже.

Перевод академической литературы на русский язык. Вхождение нового тезауруса и концептуального аппарата в отечественные исследования началось с перевода ряда зарубежных книг на русский язык. Одним из заметных событий в процессе модернизации теоретических подходов стал перевод на русский язык изданной

¹⁸ Дунас Д. В. К вопросу о классификации теорий СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2011. — № 4. — С. 27–41.

в США в 1956 г. книги американских исследователей Ф. Сиберта, У. Шрамма и Т. Питерсона «Четыре теории прессы»¹⁹. И если многие европейские и американские исследователи СМИ воспринимали эту монографию на протяжении десятилетий достаточно критически, то российское академическое и образовательное сообщество в середине 1990-х приняло ее вполне благосклонно. Растиражированные книгой понятия «сторожевой пес демократии» и «четвертая власть» стали популярны не только в академическом и профессиональном медиасообществе, но и у широкой аудитории. Справедливости ради следует отметить, что в выпущенной уже в 1980 г. монографии «Буржуазные теории журналистики»²⁰ книга американских авторов была достаточно глубоко проанализирована, причем с определенной критикой. Но после выхода в 1998 г. ее полного перевода на русском языке книга все же была практически безоговорочно признана исследователями и журналистами. Соотносившаяся с существующей в СССР и постсоветской России школой исследований зарубежных медиасистем, эта книга стала одной из самых цитируемых и влиятельных в отечественных медиаисследованиях, определив в последние десятилетия научный тезаурус дискуссии о медиасистемах²¹.

¹⁹ Siebert F. S., Peterson T., and Schramm W. *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. — Urbana: University of Illinois Press, 1956; Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. — М.: Вагриус, 1998.

²⁰ Буржуазные теории журналистики: Критический анализ / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Мысль, 1980. — С. 5–30.

²¹ Вартанова Е. Л. От теорий прессы — к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом // Коммуникации. Медиа. Дизайн. — 2018. — №3(2). — С. 5–16.

В середине 1990-х в ходе процесса обновления учебной и научной литературы для вузовских факультетов, отделений и кафедр журналистики, где была сосредоточена исследовательская работа в сфере медиа, были переведены на русский язык и изданы имевшие большое признание в зарубежном научном сообществе монографии Дж. Кина, Э. Ноэль-Нойман, книга-диалог Э. Дэнниса и Дж. Мэррилла²². Не все переводы классических зарубежных монографий сразу и легко дошли до аудитории – например, один из первых переводов работ Д. Маккуэйла, опубликованный в книге отечественного автора, долгое время оставался практически незамеченным²³.

Вхождение трудов основоположника школы технологического детерминизма канадского исследователя Г. М. Маклюэна²⁴ в отечественный дискурс пришлось на начало 2000-х. Хотя его работы были известны еще с советских времен, детальное знакомство с русскоязычными переводами превратило этого автора в одного из самых известных. Довольно быстрый перевод на русский язык после публикации на английском книги британского социолога Ф. Уэбстера «Теории информационного общества» также следует

²² Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. – М.: Рос.-амер. информ. пресс-центр; Вагриус, 1997; Кин Д. Средства массовой информации и демократия. – М.: Наука, 1993; Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: моногр. / пер. с нем. – М.: Мысль, 1996.

²³ Маккуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: Аванти плюс, 2003.

²⁴ Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. Становление человека печатающего. – М.: Фонд «Мир», 2005; Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц»; «Кучково поле», 2003.

отметить как один из ключевых шагов по обновлению терминологического и концептуального аппарата исследований медиа: именно благодаря ему в отечественном дискурсе медиаисследований окончательно закрепились многие понятия, актуальные сегодня²⁵.

Отдельно в ряду влиятельных переводов стоит книга британского исследователя финского происхождения Т. Рантанен «Глобальное и национальное. Масс-медиа и коммуникации в посткоммунистической России», вышедшая на русском языке в 2004 г. Основанная на актуальных материалах и изданная в 2002 г. в Великобритании, эта небольшая монография, критически рассматривая зарубежные теории глобализации, предложила новый подход к осмыслению медиатрансформаций в России и встроила их в контекст истории и особенностей социального применения медиатехнологий²⁶. Важно, что благодаря этой книге многие еще не адаптированные отечественными исследованиями СМИ термины и концепции вошли в научный оборот.

Издание переводов зарубежных монографий наряду с переводами известных западных практических пособий по журналистике²⁷ привнесло в российский академический контекст ряд уни-

²⁵ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М.: Аспект Пресс, 2004.

²⁶ Рантанен Т. Глобальное и национальное. Масс-медиа и коммуникации в посткоммунистической России. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

²⁷ Рэддик Р. Журналистика в стиле он-лайн: использование *Internet* и других электронных ресурсов. — М.: Вагриус; Нац. ин-т прессы, 1999; Рэндалл Д. Универсальный журналист. — М.: Междунар. центр журн., 1996; Уллмен Дж. Журналистские расследования: Современные методы и техника. — М.: Виоланта, 1998; Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / пер. со шведск. В. Менжун. — Стокгольм, 2003.

версальных концепций зарубежных исследований журналистики и медиа, сформировав устойчивые представления о профессии, ее общественном предназначении, природе, функциях и профессиональной среде в целом.

Развитие академических контактов. Теоретические подходы российских ученых в период 1990–2000 гг. активно менялись, однако не столько под влиянием книг, переведенных на русский язык, сколько под воздействием концептуальных работ, изданных за рубежом преимущественно на английском языке, так как благодаря участию российских исследователей в международных конференциях и их контактам с зарубежными коллегами доступ к результатам новейших исследований существенно расширился.

Среди концепций, которые оказали большое влияние на трансформацию отечественных подходов к медиа, стала концепция общественной/публичной сферы немецкого философа Ю. Хабермаса, которая в 1990-е гг. была особенно популярна среди западноевропейских исследователей. Личные связи Ю. Хабермаса с отечественными философами и социологами, его лекции в Москве, а также популярность среди западноевропейских медиаисследователей, с которыми у российских ученых были самые активные контакты, способствовали широкому распространению концепции общественной сферы в отечественном академическом дискурсе.

Благодаря развивавшемуся сотрудничеству, вхождению российских исследователей из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Челябинска, Воронежа и других центров журналистского образования в ведущие международные организации (*IAMCR, International Association for Mass Communication Research; ICA, International Communication Association*) в научный

дискурс вошли также работы Д. Маккуэйла, К. Норденстренга, М. Кастельса. Причем с работами последнего российские ученые познакомились также благодаря его лекциям в Москве, Екатеринбурге, Новосибирске, а также переводу первого тома его известной трилогии на русский язык²⁸. Актуальным трендом рубежа 1990–2000 гг. стало также обращение отечественных исследователей к эмпирико-функционализму, нормативным теориям медиа, концепциям информационного, сетевого общества, осмыслению роли Интернета в медиа, что стало результатом заимствования парадигмальных подходов англоязычного академического дискурса.

В рамках быстро развивавшихся академических контактов отечественные авторы вместе с зарубежными коллегами выпустили несколько коллективных монографий²⁹. Российские ученые, представлявшие в сотрудничестве с учеными из Нидерландов, Швеции, Финляндии, Великобритании, США свои исследования на английском языке для широкой международной аудитории, опирались на новые для отечественной науки теории, применяя их для анализа явлений и процессов в российских ме-

²⁸ Castells M. *The Information Age: Economy, Society, and Culture*. – Blackwell Publishers, Inc., 1997. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.

²⁹ Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Changing Media and Communication*. – Moscow: IKAR, 1998; Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Media, Communication and The Open Society*. – Moscow: IKAR, 1999; Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Media for the Open Society. West – East and North – South Interface*. – Moscow: IKAR, 2001; Vartanova E., Zassoursky Y. (eds.) *Shaping Tomorrow's Media Systems*. – Moscow: Faculty of Journalism, MSU, 2004; Vartanova E. (ed.) *Media and Change*. – Moscow: MediaMir, 2007.

диа. В этих работах входили в научный дискурс концепции подотчетности СМИ, разнообразия, плюрализма, медиаглобализации, патисипаторной коммуникации, открытых медиа, доступа к СМИ, медиapolитики, общественных медиа, цифровой эпохи, цифровизации СМИ. Конечно, упомянутые концепции появились не только в этих монографиях, однако важно отметить, что их осмыслению и дальнейшей адаптации на русском языке способствовали многосторонние дискуссии российских и зарубежных исследователей, взгляд на общие для многих стран исследовательские вопросы с разных сторон, с опорой на различные академические, методологические традиции.

Еще одна важная книга, которая заметно повлияла на развитие теории медиа в России, прежде всего на уточнение предметного поля анализа, методологии и индикаторов анализа, — монография Д. Халлина и П. Манчини *Comparing Media Systems. Three models of media and politics* (издана на английском языке в 2003 г.)³⁰. В этой работе, критически переосмыслявшей критерии анализа медиасистемы и ее основные индикаторы, были предложены новые для своего времени факторы развития медиа как социального института и индустрии, а также выявлены новые модели взаимодействия общества и массмедиа. Вызвавшая бурные дискуссии и обширную критику книга, с одной стороны, определила дальнейшие направления медиаисследований, а с другой — помогла отечественным авторам встроить анализ трансформации российских медиа в глобальный контекст. Важно, что критическое восприятие этой работы академическим сообще-

³⁰ Hallin D., Mancini P. *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

ством способствовало продолжению исследования Д. Халлиным и П. Манчини отношений общества и СМИ в широком международном контексте, с привлечением исследователей из практически 20 стран.

Следование актуальным тенденциям развития массмедиа и теоретических представлений о них привело к появлению в России школы изучения экономики и менеджмента СМИ и созданию на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова кафедры теории и экономики СМИ. Фундаментом ее научной деятельности стали работы С. М. Гуревича по управлению редакцией, в частности «Основы научной организации журналистского труда» (1987)³¹, опубликованные в советское время. При этом классическими трудами, которые оказали значительное влияние на концептуально-теоретический аппарат кафедральных исследований, стали «Монополия средств информации» американского политэкономиста Б. Багдикяна (1987) и «Манипуляторы сознания» Г. Шиллера (1989), а также работа Р. Пикара (1989), хотя и не переведенная на русский язык, но определившая предметные границы новой научной области. Именно эти труды заложили основы дальнейшего развития отечественной школы изучения медиаэкономики и медиаменеджмента, которая развивалась практически параллельно с зарубежными исследованиями³².

³¹ Гуревич С. М. Основы научной организации журналистского труда. — М.: Высш. шк., 1987; Багдикян Б. Монополия средств информации американского политэкономиста. — М.: Прогресс, 1987; Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. — М.: Мысль, 1980; Picard R. *Media Economics: Concepts and Issues*. — Newbury Park, CA: Sage, 1989.

³² Вырковский А. В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-медиа: процессный подход. — М.: МедиаМир, 2016.

Изучение медиа отечественными учеными в рамках международных проектов. Представляется, что среди способов и путей интернационализации российских медиаисследований в 1990–2000 гг. важным и перспективным направлением освоения зарубежных теорий отечественными исследованиями стало их участие в международных проектах. В рамках этого процесса происходило не только осмысление зарубежного теоретико-концептуального аппарата, осваивание не использовавшихся прежде академических методик, внедрение нового тезауруса, но и критический анализ «границ допустимости» универсальных подходов к специфически национальным явлениям медиа.

Одним из первых проектов такого рода стала монография *Russian Media Challenge*, изданная в 2001 г., — результат совместного исследования российских и финских ученых. В этой работе была предпринята попытка проанализировать проблему социального перехода к обществу иного типа, в котором функционирование СМИ развивается в рамках концепции свободной прессы. Анализ процесса трансформации медиасистемы России выявил основной вектор движения — от устойчивой жесткой модели с вертикальной и идеологически детерминированной системой управления к более гибкой горизонтальной системе, отличающейся множественностью моделей социальных коммуникаций. Исследователи в значительной мере опирались на концептуально-теоретический аппарат эмпирико-функционализма, рассматривая такие процессы и явления, как трансформация медиаструктур, взаимодействие политики и СМИ (на примере выборов в Государственную Думу 1999 г. и президентской кампании 2000 г.), широкий спектр зарождавшихся механизмов медиаполитики, непростые аспекты взаимодействия СМИ

с государством и бизнесом (и при этом выполнение СМИ роли общественной службы), менявшиеся запросы аудитории на контент СМИ. Исследователи фиксировали сложные процессы медиатрансформаций в поисках ответов на вопросы о том, как медиа могут и должны служить общественным интересам, препятствовать этатизму, корпоративному контролю и разрушительной коммерциализации³³.

Продолжением этого исследования стал проект «Медиа в меняющейся России» (*Media in Changing Russia*), инициированный исследователями Университета г. Тампере (Финляндия) и представителями факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова в 2006–2009 гг. Проект был поддержан РГНФ и Академией Финляндии как совместное российско-финское исследование (РГНФ-АФ №06-04-91922а/Ф). В ходе работы были проанализированы различные сегменты российской медиасистемы в меняющихся социально-политических, экономических, культурных условиях. В качестве основной теоретической рамки исследования была использована концепция модернизации и ее российское преломление, а также основы теории транзитологии в компаративном аспекте. В монографии, подготовленной российскими и зарубежными авторами по результатам совместного исследования, были рассмотрены актуальные для постсоветской медиасистемы аспекты взаимодействия СМИ и рынка, СМИ и общества, СМИ и политики, причем с адаптацией методологического аппарата теории социальных изменений, выделением основных движущих сил переходного периода в области экономики СМИ,

³³ Nordenstreng K., Vartanova E., Zassoursky Y. (eds.) *Russian Media Challenge*. — Helsinki: Kikimora Publications, 2001.

поведения и информационных потребностей аудитории, медиа-запросов молодежи³⁴. Исследование сконцентрировало внимание на таких новых для российской теории движущих силах развития медиа, как медиарынок, информационно-коммуникационные технологии и аудитория, особенно ее молодежный сегмент. Это стало в определенном смысле расширением подходов постсоветской теории журналистики, отводившей основную роль в развитии СМИ политикам, политическим процессам. Однако и с точки зрения развития концептуального аппарата исследования СМИ и политики были предложены некоторые новые подходы, в том числе и ставшая впоследствии популярной концепция медиатизации.

В развитие глобальной академической дискуссии о монографии *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics* профессором университета Калифорнии (США), Д. Халлиным и профессором университета Перуджа (Италия) П. Манчини был начат большой международный исследовательский проект по изучению моделей СМИ, моделей взаимодействия СМИ и общества, СМИ и политики за границами «западного мира». Так появилось продолжение нашумевшей книги — *Comparing Media Models beyond the Western World*. В процессе коллективной работы авторы, представлявшие различные национальные контексты, поставили вопрос о национальных основах феномена медиа, о влиянии национальных традиций, экономических, политических и культурных особенностей стран на функционирование медиа в обществе, в том числе и в России³⁵. Это ис-

³⁴ СМИ в меняющейся России / под ред. Е. Л. Вартановой. — М.: Аспект Пресс, 2010.

³⁵ Hallin D. C., Mancini P. (eds.) *Comparing Media Systems beyond the Western World*. — Cambridge: Cambridge University Press, 2011.

следование не только подробнее познакомило международное академическое сообщество с российскими реалиями СМИ, но и имело непосредственное отношение к развитию методологии сравнительного анализа медиасистем в работах отечественных авторов. Последнему способствовало и институциональное участие российских ученых в одном из самых масштабных международных проектов в области медиа – «Миры журналистики» (*The Worlds of Journalism*) под руководством немецкого профессора Т. Ханича. Проект, продолжающийся до настоящего времени, представляет собой мониторинг и регулярный анализ многих критериев, характеризующих журналистику в разных странах и регионах мира, фиксируя изменения в профессиональных ориентациях журналистов, в условиях и ограничениях их деятельности. На основании большого объема собираемых данных проект выявляет социальные функции журналистики в меняющемся мире и отмечает их динамику. Важность этого и последующих аналогичных проектов для отечественных ученых, несомненно, определяется укреплением в медиаисследованиях значения социологических эмпирических данных, выступающих в качестве основы для дальнейших концептуальных построений, развития теории не на основе абстрактных построений, а на основе сбора и анализа собственных данных.

Продолжением исследовательского внимания к природе и особенностям современной журналистики стали и другие эмпирические проекты, использующие сравнительную методологию. Это, во-первых, проект «Журналистика в изменении – профессиональные журналистские культуры в России, Польше и Швеции» (*Journalism in Change – Professional Journalistic Cultures in Russia, Poland and Sweden*), совместная работа ученых МГУ имени

М. В. Ломоносова, Университета г. Седерторн (Швеция) и Вроцлавского университета (Польша) в 2011–2015 гг. Исследование, задуманное как сравнительное изучение особенностей журналистской профессии, анализировало процесс формирования журналистской культуры под воздействием развития современных медиа в различных социально-политических условиях, в разных медиасистемах.

Во-вторых, речь может идти о проекте «Представление профессиональных ролей журналиста в разных странах мира» (*Journalistic Role Performance around the Globe*) — международном сравнительном исследовании, призванном выявить идеальные модели профессиональных обязанностей журналиста и описать их несоответствие реальной практике, а также проанализировать влияние различных медиасистем на журналистскую деятельность, несовпадение концептуальных представлений и профессиональной практики.

Таким образом, исследования, в которых отечественные исследователи на основании актуальных российских данных и с применением широко распространенных в глобальных исследованиях методологий, проводили сравнительное изучение в разных предметных областях медиа, несомненно, способствовали интеграции отечественных школ в глобальное академическое пространство. С другой стороны, и само международное пространство медиаисследований в последние годы прошло значительный путь развития тех доминирующих исследовательских парадигм, которые его формировали в 1990-х. Важным шагом на этом пути стал проект, инициированный исследователями Университета г. Тампере (Финляндия) и поддержанный Академией Финляндии «Медиасистемы в движении: вызовы стран БРИКС»

(*Media Systems in Flux: The Challenge of the BRICS Countries*). Реализованный учеными ведущих университетов Бразилии (Рио-де-Жанейро, Бразилиа), России (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург), Индии (Хайдерабад), Китая (Пекин) и Южно-Африканской республики (Кейптаун) в период 2012–2016 г., этот проект стал попыткой ввести в академический дискурс теоретико-концептуальные подходы к медиа тех стран, которые в последние десятилетия находились за пределами теоретического мейнстрима.

Исследовательский проект рассматривает специфику современных медиа и журналистики в странах БРИКС в глобальном геополитическом пространстве. Опубликованная по результатам исследования монография стала уникальной работой, поскольку в ней не только проведено всестороннее сравнительное исследование медиаландшафта стран с самыми динамичными и быстрорастущими рынками мира, но и объединены методологии авторов, представлявших разные страны, различные исследовательские традиции, научные школы³⁶.

Еще одно масштабное и знаковое исследование, которое принесло целый пласт новых методик изучения медиа, — это глобальный проект по изучению процесса концентрации собственности в медиаиндустрии 30 стран, в том числе и в России. Рассматривая ситуацию в основных сегментах медиа — телевидении, печатных периодических изданиях, книгоиздании, киноиндустрии, поисковых системах, интернет-провайдерах, беспроводной связи за период от 10 до 25 лет (в зависимости от страны и доступности статистических данных), авторы провели

³⁶ Thussu D. K., Nordenstreng K. (eds.) *Mapping BRICS Media*. — London: Routledge, 2015.

сравнительный анализ разных отраслей, регионов, компаний и типов концентраций. При этом были применены совершенно новые для отечественных медиаисследований методики, позволившие рассчитать общие тенденции концентрации за пределами конкретных медиаотраслей, доли рынка отдельных компаний в общем национальном медиасекторе, размер и перспективы транснациональных компаний в национальных медиасистемах³⁷.

Таким образом, вовлечение отечественных ученых в международные исследовательские проекты помогло достаточно быстро привлечь в российскую науку новый концептуальный аппарат и методики, которые, несомненно, расширили географию и дисциплинарный характер отечественных медиаисследований.

Применение и развитие нового теоретического аппарата в отечественных исследованиях. Сегодня уже практически невозможно найти работы российских исследователей, в которых бы не использовались концептуальные и методологические подходы, появившиеся в исследованиях медиа в 1990–2000 гг. Конечно, не все они представляют адаптированные или освоенные зарубежные концепции и понятия, но активный процесс интернационализации медиаисследований, вызванный социально-политической и технологической трансформацией всех институтов российского общества, в том числе и медиа, продолжается.

Более глубокому и широкому пониманию зарубежных академических работ способствовало издание обзорных монографий, благодаря которым происходила комплексная интеграция зарубежных теоретических концепций и подходов в русскоязычный

³⁷ Noam E. M. *Who Owns the World's Media? Media Concentration and Ownership around the World.* — Oxford: Oxford University Press, 2016.

дискурс медиаисследований. Особое место в этом ряду занимают работы профессора Л. М. Земляновой, которая стала для большого числа российских авторов настоящим проводником в мир зарубежной науки о медиа, журналистики и массовой коммуникации³⁸.

Завершая обзор наиболее влиятельных теоретических представлений о медиа, вызванных модернизацией общественных практик, подчеркнем, что многие учебно-методические и научные труды отечественных исследователей медиа, появившиеся на рубеже 1990–2000 гг., как раз и отразили динамику концептуального обновления. Ведущими авторами были предложены новые теоретические обобщения, опиравшиеся на такие популярные зарубежные теоретические концепции, как «свобода слова», «журналистика как четвертая власть/четвертое сословие», «социально ответственная журналистика», «нормативные теории СМИ». Е. П. Прохоров разработал учение о журналистской деонтологии (система нормативов, обеспечивающая ответственную деятельность журналистов). Системно теория журналистики была отражена в его фундаментальном труде «Введение в теорию журналистики» (1995 г. — первое издание) и «Основах теории журналисти-

³⁸ См., напр.: *Землянова Л. М.* Современная американская коммуникативистика. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1995; *Землянова Л. М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999; *Землянова Л. М.* Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. — М.: МедиаМир, 2012; *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004; *Землянова Л. М.* Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.

ки» С. Г. Корконосенко (1995). Анализ российской системы СМИ, проведенный в выдержавшем много переизданий учебнике под ред. Я. Н. Засурского, широко использовал методологию, предлагавшуюся зарубежными авторами, упомянутыми выше³⁹. Проблемные вопросы были сформулированы также И. Д. Фомичевой, Г. В. Лазутиной, И. М. Фроловой, И. М. Дзялошинским в монографии «Основные понятия теории журналистики» (1993)⁴⁰, которая оказала заметное воздействие на дальнейшее развитие теории и понятийного аппарата отечественных медиаисследований.

1.3. Основные блоки теоретических концепций

Теории и концепции, разрабатывавшиеся ведущими российскими медиаисследователями в период с 1991 по 2010-е гг., можно объединить в несколько основных блоков, связанных с устоявшимися за рубежом школами, но при этом получившими в России оригинальные теоретические трактования.

Блок нормативных социально-политических концепций. Общеизвестно, что трансформации советских СМИ и вместе с ними теории средств массовой информации и пропаганды, затрагивающие в первую очередь их государственное регулирование, на-

³⁹ Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики. — СПб: Изд-во СПбГУ, 1995; Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993; Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. — М.: РИП-холдинг, 1995; Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Аспект Пресс, 2003.

⁴⁰ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993.

чались с провозглашения политики гласности М. С. Горбачевым в бытность его Генеральным секретарем ЦК КПСС. И в Советском Союзе, и за рубежом концепцию гласности стали воспринимать как стремление обновить существовавшую теорию СМИ, даже как своего рода вызов этой теории⁴¹. При этом возросший в СССР уровень общественной критики, которая рассматривала СМИ только как инструмент политики и идеологии, дал некоторым западным исследователям повод утверждать, что советская теория журналистики ушла в небытие, на смену ей пришла либертарианская концепция, а после распада СССР модель, основанная на концепции социальной ответственности СМИ⁴².

Для отечественной теории СМИ в период с середины 1980-х до начала 1990-х гг. наиболее важным был принцип свободы прессы, ее независимость от государства, а не концепция социальной ответственности средств массовой информации. Как результат — понимание свободы слова как абсолютной теоретической ценности, что стало, по признанию зарубежных исследователей, свидетельством аномальной автономии журналистики «от всех» (в том числе от аудитории, от общества)⁴³.

⁴¹ Nordenstreng K., Paasilinna R. Epilogue // Nordenstreng K., Vartanova E., Zassoursky Y. (eds.) *Russian Media Challenge*. — Helsinki: Aleksanteri Institute, 2002.

⁴² Mickiewicz E. *Split Signals: Television and Politics in the Soviet Union*. — Oxford: Oxford University Press, 1988; McNair B. *Glasnost, Restructuring and the Soviet Media // Media, Culture and Society*. — 1989. — № 11(3); McNair B. *Glasnost, Perestroika and the Soviet Media*. — London: Routledge, 1991.

⁴³ Nordenstreng K., Paasilinna R. Epilogue // Nordenstreng K., Vartanova E., Zassoursky Y. (eds.) *Russian Media Challenge*. — Helsinki: Aleksanteri Institute, 2002.

Свобода слова, свободный рынок, приватизация — эти теоретические концепции кардинально меняли общество. Российскими медиаисследователями предпринимались попытки определить гласность как парадигму, вытекающую из концепции свободы слова. Так, Я. Н. Засурский считал, что гласность была попыткой приспособить административно-бюрократическую модель советских СМИ к западным идеалам открытого и свободного общества, и подчеркивал, что это была политика освобождения СМИ «сверху вниз»⁴⁴, а И. И. Засурский утверждал, что пресса (частично освобожденная) была единственным союзником М. Горбачева в борьбе с консервативными силами в КПСС, однако не считал гласность самостоятельной концепцией⁴⁵. Отметим, что хотя стратегия гласности привела к кардинальным изменениям в российских СМИ и теории журналистики, она была, скорее, разновидностью медиаполитики с четкими инструментальными функциями, а не структурированной теорией.

Существенное влияние на изменение нормативных подходов к СМИ в России в 1990-х гг. оказала концепция публичной/общественной сферы немецкого философа и социолога, последователя Франкфуртской школы Ю. Хабермаса, которая предполагала, во-первых, разделение (и даже противопоставление) государства и общества (публика — отдельно взятые индивидуумы, которые могут быть объединены (или не объединены) в сообщества, дви-

⁴⁴ Zassoursky Y. *Media in Transition and Politics in Russia* // Servaes J. and Lee R. (eds.) *Media and Politics in Transition*. — Leuven and Amersfoort: Acco, 1997.

⁴⁵ Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001; Zassoursky I. *Media and Power in Post-Soviet Russia*. — London: Routledge, 2002.

жения, партии), во-вторых, публичные дискуссии, переговоры (между государственными/властными структурами и обществом/избирателями/аудиторией) посредством СМИ, с акцентом на ответственности всех участников дискуссии⁴⁶. Для России это был новаторский подход, поскольку исторически (вначале в Российской империи, а потом в СССР) контроль над структурами собственности СМИ, новостными потоками был сферой влияния государства.

Понятие «публичная сфера» привело к концептуализации медиатизированной дискуссии, роли СМИ как посредника диалога между государством и гражданами, организатора обратной связи с избирателями⁴⁷. Однако в связи с распространением новых информационных технологий, появлением киберугроз российские исследователи обратились к идее информационной безопасности, ввели понятие «информационный порядок» и разработали свои оригинальные интерпретации. Так, диалоговое взаимодействие различных средств массовой информации, направленное на создание моноплюрального ядра общества (публики) на основе идеологической мобилизации, Е. П. Прохоров рассматривает как основную созидательную силу публичной сферы⁴⁸. Исследователи, расширив концепцию общественной сферы, вводят понятие «общественный интерес», определяя его

⁴⁶ Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. – Cambridge: Polity, 1989.

⁴⁷ Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. – М.: РИП-холдинг, 2001; Реснянская Л. Л. Двухсторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. – М.: Пульс, 2001; Реснянская Л. Л. Общественный диалог и политическая культура общества. – М.: Пульс, 2003.

⁴⁸ Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. – М.: РИП-холдинг, 2001.

как основополагающую цель деятельности журналистики, и обосновывают таким образом утверждение, что СМИ являются главным элементом публичной сферы⁴⁹.

Однако, по мнению российских медиаисследователей, предпосылки возникновения общественной сферы создает не только деятельность СМИ, но и достаточно высокий уровень политической культуры в обществе, чтобы обеспечить (и стимулировать) в публичной сфере участие в дискуссии. В связи с этим перед теорией журналистики встают новые задачи: осмысление и разъяснение ролей, которые играют основные акторы процесса политической коммуникации в общественном пространстве (в том числе и журналистика), и, как результат, уменьшение влияния властных структур и увеличение роли отдельных людей и общества в целом⁵⁰.

Предложенная К. Поппером концепция открытого общества, ориентированного на рынок⁵¹, как антитеза командной социалистической экономике и закрытому обществу, стала весьма популярной в России в 1990-е гг., так как в условиях социальных преобразований идея открытости оказалась востребованной в процессе определения природы, функций и социальной роли современных российских СМИ и как агента, и как объекта транс-

⁴⁹ Свитич Л. Г. Феномен журнализма. — М.: ИКАР, 2000; Корконосенко С. Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование: учеб. пособие. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004; Лозовский Б. Н. Журналистика как специфическая репрезентация действительности // Известия УрГУ. — 2006. — № 40. — С. 27–37.

⁵⁰ Zassoursky Y. Media in Transition and Politics in Russia // Servaes J. and Lee R. (eds.) *Media and Politics in Transition*. — Leuven and Amersfoort: Acco, 1997.

⁵¹ Popper K. *The Open Society and Its Enemies*. — London: Routledge, 1945.

формации. Интерес российских ученых к концепции открытого общества, которая нередко использовалась в большей степени как теоретическая метафора, а не строгая научная теория, привел к появлению в академической среде новых понятий: подотчетность СМИ обществу, людям, и только потом — государству, открытый доступ к информации и СМИ, новые уровни ответственности средств массовой информации в эпоху глобальных коммуникаций, их разнообразие, социальные роли интерактивных СМИ и взаимоотношения средств массовой информации, государства и частного бизнеса⁵². Развитие Интернета и новых коммуникационных платформ стало вызовом исследователям журналистики и СМИ — так, в центре внимания ученых оказались концепции публичной и универсальной служб, теория новых медиа⁵³.

Концепция открытого общества в целом вписывалась в общий контекст освобождения СМИ от цензуры, а журналистов от идеологического давления советских партийных и государственных структур, однако один из важных аспектов не только этой, но и концепции четвертой власти — ответственность и подотчетность СМИ — не вызвали у российских исследователей на рубеже 1990–2000 гг. заметного интереса.

Идеалистические мечты об открытом обществе без границ, о неограниченной свободе прессы столкнулись в 1990-е гг. с развитием отечественного медиарынка, процессом привати-

⁵² Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Changing Media and Communications*. — Moscow: Faculty of Journalism, MSU, ICAR Publisher, 1998.

⁵³ Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Media, Communications and the Open Society*. — Moscow: Faculty of Journalism, MSU, ICAR Publisher, 1999; Дзялошинский И. М. Российская журналистика в поисках модели развития // Роль прессы в формировании в России гражданского общества. — М.: Ин-т гуманитар. коммуникац., 1999.

зации и последующей коммерциализации СМИ, концентрацией частной собственности, контролировавшейся новыми владельцами из сферы бизнеса, политическим манипулированием. И столь привлекательные западные теории потребовали критического осмысления и теоретических дополнений.

Блок политэкономических концепций. В данном контексте с середины 1990-х гг. стал востребован политэкономический подход к СМИ, который дал толчок развитию одной из наиболее популярных и самостоятельных парадигм отечественных медиаисследований. В этот период западноевропейские и североамериканские ученые особое внимание обратили на трансформацию медиасистем и журналистики в постсоциалистических странах Центральной и Восточной Европы. Они исследовали становление рынка и его влияние на функционирование СМИ, на журналистику как сферу производства содержания и аудиторию как граждан и потребителей. Зарубежные теоретики нередко объединяли постсоциалистические страны, учитывая глобальные экономические и политические контексты, которые, безусловно, оказали влияние на зарождающиеся медиамодели⁵⁴.

⁵⁴ Pietilainen J. *The Regional Newspaper in Post-Soviet Russia. Society, Press and Journalism in the Republic of Karelia 1985–2001.* – Tampere: Tampere University Press, 2002; McNair B. *Glasnost, Perestroika and the Soviet Media.* – London: Routledge, 1991; McNair B. *Media in Post-Soviet Russia: An Overview // European Journal of Communication.* – 1994. – № 9(2); McNair B. *Power, Profit, Corruption, and Lies: The Russian Media in the 1990s // Curran J. and Park M.-J. (eds.) De-Westernizing Media Studies.* – London: Routledge, 2000; Mickiewicz E. *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia.* – Oxford: Oxford University Press, 1997; Jakubowicz R. *Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe.* – Cresskill: Hampton Press, 2007.

Интегрировать, казалось бы, сходные процессы в СМИ стран Центральной и Восточной Европы (усиление государственного контроля в медиасреде, высокая степень ангажированности СМИ, коммерциализация содержания в условиях становления рекламной бизнес-модели, доминирование телевидения и зачастую полулегальной формы медиабизнеса) пыталась концепция «балканизации» медиамodelей в постсоциалистических странах⁵⁵. Однако многие процессы изучались без учета национальной специфики в регионе в целом, что давало исследователям общую методологическую основу, но лишало национальные школы понимания комплексности региональных и локальных трансформационных процессов.

Российские ученые, опираясь на обозначенные подходы, сосредоточились на вопросах трансформации политического влияния, приобретенного медиакомпаниями и олигархами, в экономическую прибыль. И наоборот, на изучении этапа зарождения медиаполитического капитала, на исследовании новых эмпирических подтверждений природы СМИ как бизнеса и источника политического влияния и интеграции в господствующие политические элиты при отсутствии признания общепринятой профессиональной этики единомыслия среди медиапрофессионалов⁵⁶.

Актуализация политэкономии СМИ привела к широкому использованию политэкономического инструментария и дала толчок к появлению школы медиаэкономики и медиаменеджемен-

⁵⁵ Splihal S. *Media beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*. — Boulder, San-Francisco: Westview Press, 1994; Sparks C. and Reading A. *Communism, Capitalism and the Mass Media*. — London: Sage Publications, 1998.

⁵⁶ Zassoursky I. *Media and Power in Post-Soviet Russia*. — London: Routledge, 2002.

та. На рубеже 1990–2000-х гг. отечественные исследовательские центры сфокусировались на вопросах медиаэкономики, менеджмента и маркетинга СМИ, превратив практические исследования в альтернативу жесткому политэкономическому подходу⁵⁷. Уже с конца 1990-х гг. на факультете журналистики МГУ Е. Л. Вартановой читался курс «Основы экономики и менеджмента зарубежных СМИ».

Глобализация и технократические концепции. Исторически процессы социальной трансформации на постсоциалистическом пространстве совпали с началом цифровой революции (взрывное развитие информационно-коммуникационных технологий в медиасреде, активное проникновение их в процессы сбора, производства и распространения информации, в пользовательские практики потребления СМИ).

Советская теория СМИ практически не рассматривала влияние технологий на развитие СМИ в XX веке (телерадиовещание, кинематограф и фотография хотя и изучались как отдельные медиа, но преимущественно с искусствоведческих позиций), хотя как этот вопрос традиционно был в центре внимания западных медиаисследователей⁵⁸. Однако с возникновением и активным социальным распространением Интернета, цифровых интерак-

⁵⁷ Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2004; Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. — Воронеж: Воронежск. ун-т, 2000; Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. — М.: Аспект Пресс, 2003; Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2010.

⁵⁸ Саппак В. С. Телевидение и мы. Четыре беседы. — М.: Искусство, 1963; Муратов С. А. Пристрастная камера. — М.: Аспект Пресс, 2004.

тивных медиа и телекоммуникационных сетей российские исследователи открыли для себя новые, актуальные для изучения, области. В этой связи одной из наиболее востребованных зарубежных теорий стала концепция информационного/сетевого общества. Взяв за отправную точку положение М. Кастельса⁵⁹ о том, что становление информационного общества поддерживается сетевыми структурами, обеспечивающими широкое использование технологий и социальную гибкость, российские ученые продолжали развивать концепции сетевого общества. Именно его неотъемлемой частью сегодня становятся новые цифровые медиа, определяя и коммуникационные практики, и социальные отношения, изменяя вертикальную иерархию в общественной жизни⁶⁰.

На развитие отечественной медиатеории заметное влияние оказала и концепция глобализации, однако в 1990–2000 гг. российские ученые применяли ее реже, чем их зарубежные коллеги, которым и принадлежит пальма первенства в продвижении концепции в российскую академическую среду. Одна из первых попыток проанализировать российские СМИ и журналистику через призму концепции глобализации была сделана финским исследователем Т. Рантанен. Изучая историю информационных агентств России на протяжении многих лет, она показала, что развитие российских СМИ сходно с динамикой медиасистем

⁵⁹ Кастельс М. Галактика Интернет. — Екатеринбург: У-Фактория; Изд-во Гуманит. ун-та, 2004.

⁶⁰ Vartanova E., Zassoursky Y. (ed.) *Shaping Tomorrow's Media Systems*. — Moscow: Faculty of Journalism, MSU/UNESCO, 2004; Лукина М. М. Новая жизнь старых газет: как пресса приспосабливается к новому читателю // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2006. — № 3. — С. 52–59.

практически повсюду в мире⁶¹. Основополагающей стала идея ученого о том, что в процессе глобализации глобальное всегда сочетается с национальным, общее с частным, наднациональное с местным. Т. Рантанен определила этот процесс как глобонационализацию, которая в российских СМИ идет через адаптацию западных форматов, структур телевизионного программирования, растущую гомогенизацию развлекательного контента и интеграцию элементов глобальной медиакультуры в национальный контент. Исследование Т. Рантанен было опубликовано до того, как индустриальная логика российской медиаиндустрии стала очевидной, однако выявленные автором разнообразия адапционных стратегий (в рыночной деятельности медиакомпаний, в форматировании и распространении контента, программировании вещания) явно свидетельствовали о внедрении глобализации в российский медиаконтекст.

Бельгийский исследователь Х. де Смеле⁶² поставила развитие российских СМИ в пространство не только западноевропейской, но и азиатской медиакультуры. Эта форма анализа заставила задуматься над любопытными исследовательскими вопросами: как можно выявить релевантные индикаторы для описания национальных медиасистем и соотнести состояние медиасистем с социоэкономическими и культурными традициями и национальными общественными моделями. Данное направление исследо-

⁶¹ Рантанен Т. Глобальное и национальное. Масс-медиа и коммуникации в посткоммунистической России / отв. ред. Е. Л. Варганова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

⁶² De Smaele H. The Applicability of Western Media Models on the Russian Media System // *European Journal of Communication*. — 1999. — №14 (2).

ваний отчасти интегрировало нормативную традицию в изучении СМИ, однако анализ эмпирической реальности и реальных трансформационных процессов отечественной медиасистемы стал новым этапом в развитии российских медиаисследований, к тому же он опирался на сильные стороны советской школы изучения зарубежных медиасистем⁶³, что существенно усилило методологические подходы нового направления.

Эта линия была продолжена российскими исследователями и в международных проектах — например, в российско-финском исследовании СМИ в переходный период⁶⁴. В данном исследовательском проекте была поставлена цель выявить тенденции глобального развития, в первую очередь при анализе экономики российской коммерческой медиасистемы, функционирующей по общим законам рынка. Это — ослабление интереса молодежной аудитории к печатным СМИ и регионализация их рынков, а также растущее значение национального телевидения как

⁶³ Беглов С. И. Четвертая власть: британская модель. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002; Вартанова Е. Л. Северная модель в конце столетия. Печать, телевидение и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997; Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (национальное своеобразие средств массовой информации Германии). — М.: Яз. рус. культуры, 1999; Урина Н. В. Средства массовой информации Италии. — М.: Фак. журн. МГУ, 1996; Шарончикова Л. В. Печать Франции (80–90-е гг.). — М.: Фак. журн. МГУ, 1995.

⁶⁴ Nordenstreng K., Paasilinna R. Epilogue // Nordenstreng K., Vartanova E., Zassoursky Y. (eds.) *Russian Media Challenge*. — Helsinki: Aleksanteri Institute, 2002; Vartanova E., Nieminen H., Salminen M.—M. (eds.) *Perspectives to the Media in Russia: Western Interests and Russian Developments*. — Helsinki: Aleksanteri Institute, 2009.

основы индустрии свободного времени. Дальнейшие исследовательские проекты выявили особенности и различия в развитии таких ключевых сфер деятельности российских СМИ, как законодательство и регулирование, СМИ и политика, СМИ и экономика, СМИ и аудитория⁶⁵.

Блок социологических прикладных исследований. В условиях становления рыночных отношений в повседневной практике российских СМИ укрепилось партнерство журналистики и социологии. Пласт социологических исследований СМИ с развитием рекламы как основного источника доходов для медиакомпаний существенно расширился. Отечественные медиаисследования обогатились благодаря активному использованию социологического инструментария, как для концептуализации перемен в медийных привычках и поведении, так и для предугадывания новых тенденций в процессе трансформации⁶⁶. В стремлении углубить социологическую школу медиаисследований российские ученые пошли в редакции – интервьюировать журналистов и менеджеров для предоставления практикам релевантных и надежных данных⁶⁷. Медиасоциология вводила в российские реалии и адаптировала к ним многие зарубежные теоретические концепции, становилась все более практической и востребованной⁶⁸.

⁶⁵ СМИ в меняющейся России / под ред. Е. Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2010.

⁶⁶ *Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д.* Газета для всей России. – М.: ИКАР, 1999.

⁶⁷ *Свитич Л. Г., Ширяева А. А.* Журналист местной прессы и перспективы ее развития // Журналист. Социологические и социопсихологические исследования. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994.

⁶⁸ *Фомичева И. Д.* Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004.

Многое из западных традиций взяла российская школа исследования рекламы и связей с общественностью⁶⁹; отвечая на запросы двух активно развивавшихся рынков (средств массовой информации и рекламы), возникло отдельное, самостоятельное направление по изучению российской телеиндустрии, социологии телевидения и телеаудитории⁷⁰.

Полезность и важность концептуальной деятельности права СМИ стали очевидными, когда журналисты и другие медиапрофессионалы начали испытывать потребность в правовых и юридических знаниях и в практической помощи специалистов по праву СМИ⁷¹ (впоследствии эта область приобрела междисциплинарный характер, интегрировав подходы юриспруденции, медиаполитики, деонтологии, однако своим становлением она обязана практическому запросу со стороны профессии и рынка).

Заключая, следует отметить, что в развитие отечественных медиаисследований значительный вклад вносили исследовательские центры самых разных регионов России – школы медиаисследований Московского, Санкт-Петербургского, Уральского, Воронежского университетов, РУДН, НИУ ВШЭ. Значение

⁶⁹ *Евстафьев В. А.* Журналистика и реклама: основы взаимодействия: опыт теоретического исследования. – М.: ИМА-пресс, 2001; *Гринберг Т., Горохов В.* Реклама и паблик рилейшнз в системе теории массовых коммуникаций // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2002. – № 1. – С. 58–65.

⁷⁰ *Телерекламный бизнес: информационно-аналитическое обеспечение / под ред. В. Коломиеца.* – М.: Междунар. ин-т рекламы, 2001; *Полуэхтова И. А.* ТВ и общество: введение в социологию телевидения. – М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2007.

⁷¹ *Рихтер А. Г.* Правовые основы журналистики. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.

регионального компонента в отечественной науке о медиа трудно переоценить⁷².

1.4. Национальные особенности медиаисследований в России на рубеже 1990–2000 гг.

В последнее десятилетие существования СССР, когда теория журналистики особенно отчетливо демонстрировала оторванность от реальности, а СМИ получили возможность «стоять на разных идейных позициях»⁷³, была предпринята попытка определить место для теории журналистики и решить вопрос о системе идейных принципов журналистики. Как известно, в Советском Союзе исследованиями СМИ и журналистики занимались в основном факультеты/отделения/кафедры журналистики в ведущих университетах страны. История большинства отечественных центров журналистского образования насчитывает десятилетия, а после 1991 г. в дополнение к факультетам журналистики или на них во многих вузах стали создаваться отделения массовых коммуникаций с более широкой ориентацией на медиарынок, правда, их доля по сравнению с факультетами журналистики была и до сих пор остается весьма ограниченной. Поэтому в российских медиаисследованиях по-прежнему значительную роль

⁷² Атлас российских медиаисследований. Проект НАММИ. — Режим доступа: <https://nammi.ru>; Vartanova E. Media theory in Russia: A current wave of fermentation // *World of Media*. — 2018. — № 1. — P. 25–32.

⁷³ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. — С. 8.

играет именно изучение журналистики, хотя предметное поле научной дисциплины существенно изменилось и расширилось.

Подходы отечественных ученых к теоретическому осмыслению журналистики. Переосмысление советской теории СМИП привело не только к частичному (изменение интерпретации функционирования зарубежных СМИ) или полному (идеологический базис теории журналистики и СМИ) отказу от ее основных положений, но и сохранению некоторых устоявшихся положений – в частности, практически не изменилось содержание понятия функции СМИ. Так, И. Д. Фомичева, во многом продолжая советскую традицию, выделяет коммуникативную, познавательную, ценностно-ориентирующую и социально-организаторскую функции. Исследователь, правда, не называет собственно информационную функцию, но подчеркивает роль СМИ во влиянии на мировоззрение аудитории (в случае, когда СМИ способствуют формированию чувства общности у людей). В коммуникативной функции СМИ И. Д. Фомичева выявляет, в частности, социально-психологический аспект и характеризует ценностно-ориентирующую функцию как «проповедь определенных взглядов»⁷⁴.

Новая общественная ситуация и признание экономики мощным фактором трансформации журналистики и ее концептуализации становится важным изменением в теоретическом сознании. Исследований только что появившегося медиарынка не было, маркетинг только начинает формироваться. Для эффективного функционирования изданий необходимы социологические исследования. Теория должна выстраиваться в тесном взаимодействии с практикой, а ученые-теоретики – анализировать

⁷⁴ Там же. – С. 11.

состояние системы массовой информации, давать прогнозы и ориентировать прежде всего редакции СМИ⁷⁵. Исследования аудитории, составляющие золотой фонд советских исследований СМИ, отчасти пересекаются с исследованиями потребительского рынка, но ими не являются.

Наука о журналистике, по мнению Е. П. Прохорова, методологически выстраивается из трех блоков: предмета, структуры и задач. Так как после 1991 г. многие понятия из прежней теоретической парадигмы изменили свое значение и стали употребляться в другом контексте (исследователи порой не понимали друг друга, хотя речь шла об одном и том же явлении⁷⁶), необходимо было провести ревизию понятий «пропаганда», «информация», «эффективность», «публицистика» и др. Журналистику, считает ученый, нужно рассматривать как область духовного производства, где продукт и агент – массовая информация. Информацию, метод и самого журналиста он относит к средствам журналистики.

Предмет понятия науки о журналистике Е. П. Прохоров обозначает крайне широко. Журналистика представляет собой целостную, сложно организованную и тесно связанную с другими компонентами общества систему, «социальное явление, выполняющее систему специфических функций по массово-информационному обеспечению жизнедеятельности социального организма»⁷⁷, связанную с целым комплексом дисциплин. Центральным в структуре науки о журналистике Е. П. Прохоров счи-

⁷⁵ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. – С. 26.

⁷⁶ Там же. – С. 27.

⁷⁷ Там же. – С. 35.

тает понятие «массовая информация» – фактор формирования и воспитания сознания у аудитории.

Ученый отмечает необходимость учитывать кроме средств массовой информации (печати, радио, телевидения, информационных агентств) и примыкающие к СМИ каналы распространения информации (листовку, плакат, деятельность лекторов, обращение к аудитории ораторов, библиотечную сеть, сеть кинотеатров, Роспечать, книжную торговлю, видеосалоны и клубы, сеть проката видеокассет, производство и распространение грампластинок и магнитофонных кассет). Позже, в 2011 г., он придет к противоположной мысли: ставить журналистику в один ряд с кино, театром, книгой, комиксами и другими информационными продуктами неверно (отметим, что зарубежные теоретики относили данные секторы медиаиндустрии не к журналистике, а к культурным индустриям, массмедиа, медиа или коммуникациям). «Разве то, что все эти продукты “коммуницируются”, передаются в разного типа аудитории, делает их единым предметом изучения и соответственно построения теории?»⁷⁸ – спрашивает ученый и отмечает, что суть журналистики «экстремистски» сужается до текстов общественно-политического характера⁷⁹. Социальные институты и учредителей СМИ, органы управления СМИ и организации, занимающиеся подготовкой журналистских кадров, пропаганду и наглядную агитацию⁸⁰ ученый предлагает выделять особой строкой. Журналистика представляет собой целостную, сложно организованную и тесно связанную с дру-

⁷⁸ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Заурского. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. – С. 29.

⁷⁹ Там же.

⁸⁰ Там же. – С. 32.

гими компонентами общества, систему, «социальное явление, выполняющее систему специфических функций по массово-информационному обеспечению жизнедеятельности социального организма»⁸¹, связанную с целым комплексом дисциплин.

Е. П. Прохоров отмечает необходимость и достаточность трех типов исследований в журналистике: теории (дает представления об общих закономерностях, свойственных журналистике как системе, формирует теоретико-методологический базис), истории (изучает генезис, становление и развитие журналистики) и социологии (изучает реалии функционирования журналистики в современном обществе).

В необходимости изучения журналистики во взаимосвязи с обществом уверена и Г. В. Лазутина, считая, что к теоретизации журналистики должен быть применен системный подход, учитывающий кибернетическую природу общества. Выясняя природу таких явлений, как «мнения» и «массовое сознание», она связывает журналистику с массовыми информационными потоками, которые журналистика организует, собирает воедино, формирует информационную картину современности: «Эта информационная картина мира опосредует формирование массового сознания в обществе, реализует самоопределение общественного мнения, создает общественное настроение, во многом предопределяя общественное поведение»⁸².

В 1990-е гг. из общей теории журналистики выделяются самостоятельные направления: «система СМИ/медиа-система» (М. В. Шкондин, Е. Л. Вартанова), «журналистская этика»

⁸¹ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. — С. 35.

⁸² Там же. — С. 135.

(Г. В. Лазутина), «журналистское право/право СМИ» (А. Г. Рихтер), а также изучение медиасистемы России в контексте постсоветской трансформации и концепции транзитологии⁸³.

Появляется и теоретический запрос на неизученный доселе объект в массово-коммуникационной деятельности — личность самого журналиста. Так, И. М. Дзялошинский замечает, что в условиях командно-административной системы роль журналиста в течение долгого времени была подчинена решениям руководителей разного ранга⁸⁴, а представления самого журналиста о смысле журналистской деятельности, профессиональных и нравственных нормах не изучались.

Была предпринята и попытка сформулировать концепции в рамках культуролого-антропологической парадигмы исследований медиа: в частности, журналистику как часть культуры рассматривала И. М. Фролова, утверждая, что теперь знания фиксируются в продуктах журналистики, и определяя знаково-коммуникативную систему будущего как «всемирный компьютер»⁸⁵, который будет олицетворять состояние антропоморфизации действительности, где ключевым в эволюционном процессе станет опыт каждой конкретной личности, а синтез природы, культуры, цивилизации и человечества будет составлять своеобразие коммуникативной среды будущего.

Особенности диссертационных исследований в области медиа в период 1990—2000 гг. Отечественный путь теоретизации

⁸³ См., напр.: Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.

⁸⁴ Основные понятия теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. — С. 166.

⁸⁵ Там же. — С. 191.

журналистики и СМИ, как уже отмечалось выше, начинался на филологических факультетах в университетах, где журналистика исследовалась как публицистический текст. Как отмечал С. Г. Корконосенко, отечественная журналистика заметно отличалась от журналистики в других странах. В то время, как российская журналистика занимала один пьедестал с литературой, наукой и искусством, и теоретические подходы в исследовании журналистики и СМИ формировались в рамках культурно-ценностной парадигмы⁸⁶, в США и Западной Европе, напротив, исследования чаще проводили социологи и политологи. В итоге в западной традиции теория журналистики стала частью более широкой области знаний – медиаисследований (*media studies*), а в России в течение долгого времени именно теория журналистики оставалась «метанаукой», определявшей теоретическую рамку для всех объектов информационно-коммуникационного поля.

Анализ вторичных источников (библиографических описаний диссертационных исследований) позволил выявить основные тенденции развития отечественных исследований и классифицировать их по тематическим направлениям (см. табл. 1). В результате было выделено 16 тематических направлений диссертаций, защищенных по специальности 10.01.10 «Журналистика».

⁸⁶ Korokonosenko S.G. Journalism in Russia as a National Cultural Value // *Russian Journal of Communication*. – Vol. 4. – 2011. – № 3/4. – P. 159.

Таблица 1

**Основные тематические направления
диссертационных работ**

Направление	Краткое описание
Историоцентричное	Описание развития и становления СМИ в контексте определенного исторического периода. Доминирование метода описания исторических событий и явлений.
Культурологическое	Исследование влияния и взаимосвязи СМИ и культуры, духовных, морально-нравственных аспектов функционирования СМИ. Исследование СМИ с позиций культурологии и искусствоведения.
Лингвистическое	Исследования языка СМИ (в т. ч. иностранного), конкретных журналистских жанров с точки зрения языка, использование метода контент- и дискурс-анализа. Филологический анализ текста.
Литературоцентричное	Рассмотрение публицистики в связи с литературой, исследование публицистики по примеру литературного произведения. Доминирование литературоведческого анализа.
Медиаобразовательное	Исследование журналистского образования или вопросов медиаобразования. Использование сравнительно-исторического, проблемно-типологического и др. методов анализа.
Политологическое	Взаимодействие СМИ и политической сферы. Доминирование дискурс-анализа.
Правовое	Рассмотрение правовых регулятивных механизмов функционирования СМИ. Использование комплекса методов юридических наук.

Продолжение табл. 1

Направление	Краткое описание
Проблемно-тематическое/типологическое	Исследование какой-либо проблемы (зачастую тематической или типологической) в контексте типологических и тематических классификаций СМИ.
Профессионально-этическое и профессионально-компетентностное	Исследование проблем профессиональной этики журналиста и основных принципов профессиональной деятельности журналиста. Доминирующие методы – философский анализ, дискурс-анализ, профессиональный анализ текста.
Рекламоведческое и ориентированное на изучение связей с общественностью	Анализ индустриальных и структурно-организационных аспектов рекламы и пиар посредством специальных методов.
Страноведческое/территориальное	Исследования особенностей журналистики и СМИ различных стран, а также регионов РФ и стран СНГ, без привязки к проблеме или уточнению предмета исследования.
Структурно-организационное	Исследование особенностей организации функционирования (в т. ч. технологического) отдельных секторов медиаиндустрии методом структурно-организационного анализа.
Теоретико-концептуальное	Исследование основных концептов нормативной теории СМИ: свободы слова, публичной сферы, социальной ответственности и т. д. Создание идеальных моделей функционирования СМИ в обществе с применением метода моделирования.

Окончание табл. 1

Направление	Краткое описание
Теоретико-социологическое	Исследование взаимосвязи СМИ и институтов общества, структурных элементов медиасистемы во взаимосвязи с обществом, в т. ч. характеристик аудитории, эффектов СМИ, анализ особенностей функционирования СМИ в контексте социологических теорий на основе многоаспектного философского анализа.
Человекоцентричное	Анализ личностных факторов влияния на журналистику и СМИ, исследование личности журналиста, внимание к психологическому фактору – с активным использованием методов психологии и социальной психологии.
Экономическое	Индустриальный аспект функционирования СМИ, исследование экономики СМИ, процессов управления СМИ с привлечением методов экономического анализа.

Источник: составлено авторами.

По данным Библиографического указателя диссертаций и Российской государственной библиотеки, в период с 1991 по 2011 г. было защищено 1 308 диссертаций на соискание степени кандидата или доктора наук по специальности 10.01.10 «Журналистика» и 1 693 диссертации на соискание степени кандидата или доктора наук, выполненных в рамках других специальностей и в соответствии с их паспортом (всего 93 шифра), но содержательно связанных с журналистикой, СМИ и массовой

коммуникацией⁸⁷. Как видно на рисунке 1, лидерство проблемно-тематического/типологического направления обозначилось (и практически не менялось) в начале исследуемого периода.

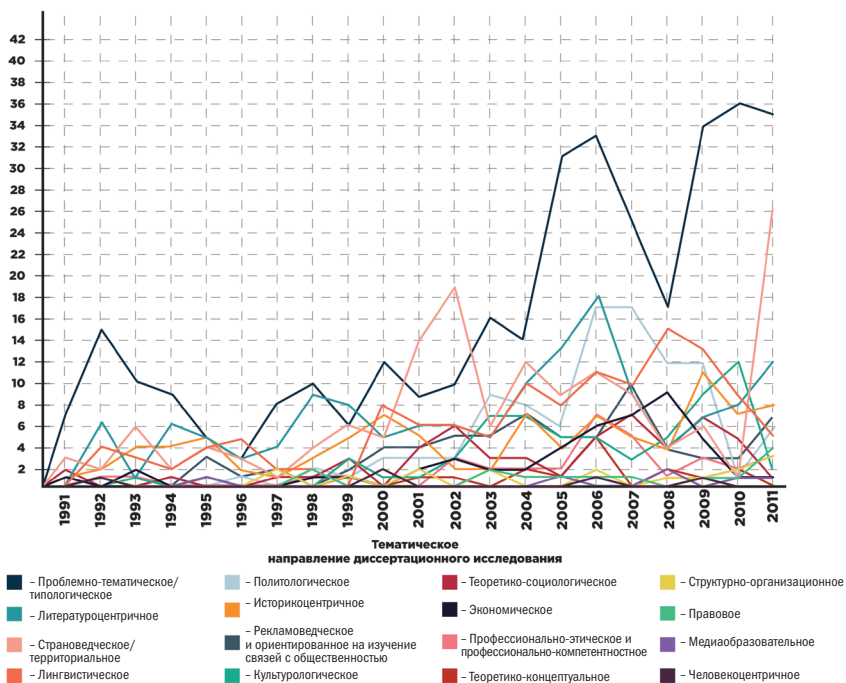


Рисунок 1. Динамика направлений диссертаций по специальности 10.01.10 «Журналистика» (1991–2011 гг.)

⁸⁷ Фещенко Л. Г. Журналистика. Библиографический указатель диссертаций: 1990–2010. – СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2011; Фещенко Л. Г. Журналистика и массмедиа. Библиографический указатель диссертаций: 1990–2010. – СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2011; Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

Что касается результатов анализа диссертационных исследований, связанных с журналистикой содержательно, но защищенных не по специальности 10.01.10 «Журналистика» (см. рис. 2), они распределились по смежным специальностям следующим образом: лингвистика (572 диссертации), история (247), социология (158), культурология (151), политология (124), литературоведение (113) и педагогика (90).

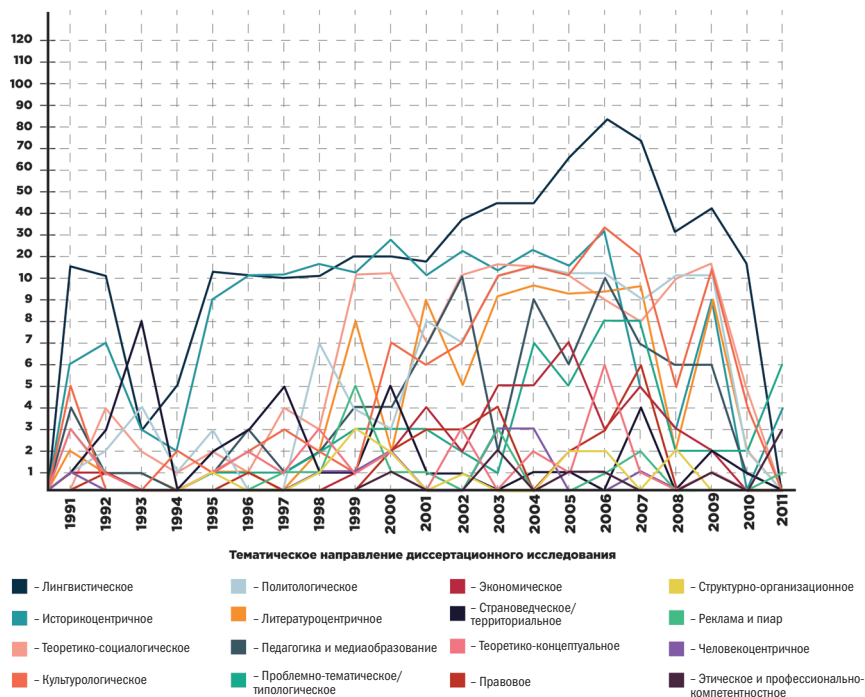


Рисунок 2. Динамика направлений диссертаций, содержательно связанных с журналистикой, но защищенных не по специальности 10.01.10 «Журналистика» (1991–2011 гг.)

Показательно, что диссертационные исследования, развивающие комплексную «фундаментальную» теорию в области журналистики и СМИ, встречаются во второй группе, что обусловлено сильной позицией социологии. В первой группе ученые уделяют больше внимания исследованию частных вопросов — например, анализу определенного типа СМИ и описанию конкретной проблемы.

Таким образом, анализ отечественных диссертационных исследований показал, что важнейшие понятия нормативной теории СМИ, составившие основу теории воззрений в западных странах (свобода слова, публичная сфера, социальная ответственность) не стали приоритетными в России. Медиаобразование, право СМИ, этика также не привлекали приоритетного внимания отечественных ученых. Несмотря на влияние зарубежных теорий и концепций, национальное своеобразие медиаисследований в России определялось классическими традициями в изучении СМИ и журналистики, литературоцентричностью исследований, сформированными еще в советские годы.

Генезис подходов отечественных ученых к формированию теории медиа. Российские ученые не раз предпринимали попытки наиболее точно обозначить науку, которая изучает медиа: «коммуникативистика», «теория журналистики», «медiateория», «теория массовой коммуникации», «коммуникология» и др. (см. табл. 2). Медиаисследователи стремились к определению (вне социологии и филологии) уникальной области знаний с аутентичным теоретико-концептуальным аппаратом и методологическим инструментарием. Таким образом, образовалась довольно прочно и глубоко укоренившаяся система теоретических воззрений — «теория журналистики» (одним из ее авторов стал Е. П. Прохоров).

Теория журналистики долгое время не вызывала никаких сомнений, поскольку под журналистикой понималось широкое поле исследований: специфический социальный институт общества, комплекс средств передачи массовой информации, система видов деятельности, совокупность профессий и профессионалов и совокупность произведений (Прохоров, 2005: 43–44). Но в условиях цифровой трансформации, когда медиасфера стремительно расширялась, стало ясно, что теорию журналистики нельзя применить, например, к тексту, созданному аудиторией и распространенному в социальных сетях.

Таблица 2

**Наука о медиа:
наиболее известные обозначения исследователей**

Обозначение	Исследователь	Кол-во упоминаний обозначения в РИНЦ
Коммуникативистика	Л. М. Землянова	207
Теория журналистики	Е. П. Прохоров, С. Г. Корконосенко	188
Коммуникология	Ф. И. Шарков	97
Медиалогия	А. П. Суходолов, М. П. Рачков, М. Б. Кириллова, В. Ф. Олешко	95
Социология массовой коммуникации	Т. В. Науменко, Л. Н. Федотова	69
Медиаисследования	Е. Л. Вартанова, В. Д. Мансурова	59
Теория медиа	Е. Л. Вартанова, М. И. Макеенко	43
Теория коммуникаций	Г. Г. Почепцов	39

Обозначение	Исследователь	Кол-во упоминаний обозначения в РИНЦ
Теория массовой коммуникации	М. М. Назаров, В. В. Хорольский	34
Исследования журналистики	Е. Я. Дугин	27
Исследования медиа	О. И. Лепилкина	21
Исследования СМИ	Е. Л. Вартанова, Д. А. Руцин	19
Медиатеория	Е. Л. Вартанова, С. К. Шайхитдинова	14
Теория СМИ	Е. Л. Вартанова, А. П. Суходолов	13
Теория массмедиа	И. Б. Архангельская	5
Медиасоциология	В. П. Коломиец	4
Теория медиакommunikаций	В. В. Смеюха	2
Медиаистика	В. М. Горохов	2

Источник: составлено авторами по данным РИНЦ, по состоянию на 20.07.2018.

Благодаря трудам Л. М. Земляновой широкое распространение получило обозначение «коммуникативистика» — наука, изучающая гуманитарные аспекты развития медийных процессов в разных регионах мира. В. М. Горохов отмечает, что терминологическая база должна коррелировать с более широким набором категорий, поэтому теория коммуникаций (коммуникативистика, или коммуникология) должна занимать приоритетное место

в научном дискурсе⁸⁸. Коммуникативистика – система знаний, анализирующих универсальные законы коммуникации в информационном обществе, связывающая журналистику с огромным миром коммуникационных процессов. Он же определяет «медиа-вистику» как исследование совокупности реальных и виртуальных коммуникационных процессов, обеспечивающих публичный гражданский социокультурный диалог в обществе, а журналистике в этой теории В. М. Горохов отводит роль автономной сферы⁸⁹.

Распространенным стало также обозначение «медиа-логия», задачей которой, по мнению некоторых исследователей, является «синтез теории СМИ и теории журналистики, возвышающий над собой теорию управления массмедиа. В конечном счете медиа-логия имеет своей задачей обеспечение здорового образа жизни человечества в системе глобальных социальных коммуникаций»⁹⁰.

И. М. Дзялошинский и А. В. Шариков считают, что в современных российских коммуникационных исследованиях существуют два пересекающихся друг с другом «материка», которые задают направления дальнейшего развития сферы: во-первых, «коммуникативистика» и, во-вторых, «медиакоммуникации»⁹¹.

⁸⁸ Горохов В. М. Современный тезаурус теории журналистики (поиск терминологической ниши) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 39.

⁸⁹ Там же.

⁹⁰ Суходолов А. П. Медиа-логия – наука будущего (приглашение к продолжению дискуссии, начатой журналом в 2016 г.) // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017. – Т. 6. № 3. – С. 267–286.

⁹¹ Дзялошинский И. М., Шариков А. В. О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>

С 2000-х гг. понятия «массмедиа», «медиа», «цифровая революция», «глобализация», «демассовизация», «фрагментация», «активная аудитория», «новые медиа», «медиа-система», «медиа-индустрия», «мобильное общество» закрепляются в российских исследованиях, что терминологически интегрирует отечественных исследователей в международное академическое пространство. Несоответствия отечественных теоретических представлений о СМИ западным формируют запрос российского академического сообщества на идентификацию национальной школы исследователей журналистики и СМИ. Формулируется он преимущественно московскими и санктпетербургскими теоретиками, однако наличие такого запроса ощущается и большинством российских ученых.

Одни термины западного академического дискурса прочно вошли в научный оборот (в частности, «массмедиа», «контент») другие — нет («коммуникология», «медиа-логия»), третьи были контекстуализированы под российский реалии (*Public Relations* — «пиар», СО — связи с общественностью). Многочисленные концепции «информационного общества» уступили место исследованию современного российского общества как цифрового. Обновление отечественной медиатеории, осознание ее особой роли в мировом пространстве позволили российским исследователям предложить уникальные термины, свойственные отечественному академическому медиадискурсу («журнализм», «массовые информационные потоки», «масскоммуникаторство» и др.).

Таким образом, отечественная медиатеория к концу 2000-х гг. представляла собой совокупность различных теоретических концепций, понятий, подходов. Процесс десо-

ветизации как уход от ленинского взгляда на журналистику как систему агитации, пропаганды, мобилизации российских СМИ, начавшийся после распада СССР, оказался сложным и долгим. Необходимо было переосмыслить ключевые определения и создать новые теории, которые могли бы объединить глобальные и национальные, новаторские и традиционные подходы. Прежде чем медиаисследователи обратились к анализу изменений в российских СМИ не только с использованием заимствованных западных теорий и концепций, но и с учетом российских традиций и теоретических подходов к миссии, природе и инструментарию журналистики и СМИ, прошло более двадцати лет.

Глава 2

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИА

- 2.1. Методика и методология исследования
- 2.2. Теоретико-методологическая база
- 2.3. Объектно-предметное поле
- 2.4. Проблемы и направления развития теоретических концепций в исследованиях журналистики и медиа: позиции академического сообщества

2.1. Методика и методология исследования

Как отмечалось выше, в 2010-е гг. в российском научном сообществе начали проявляться тенденции, связанные с попытками анализа и осмысления подходов и направлений исследований, концептуальных рамок и доминирующих теорий и парадигм в изучении медиа, массовой коммуникации и журналистики, сложившихся на протяжении четверти века его постсоветской истории¹. Практически во всех работах, посвященных заявленным проблемам, отечественный академический дискурс о журналистике

¹ *Корконосенко С. Г.* Российские исследования журналистики: не однородные и не чужеродные для международного контекста // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте / отв. ред. и сост. С. Г. Корконосенко. — СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2013. — С. 13–22; *Вартанова Е. Л.* О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2012. — № 1. — С. 7–26; *Вартанова Е. Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2015. — № 6. — С. 5–26; *Вартанова Е. Л.* Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7. № 1. — С. 165–176; *Дунас Д. В.* Академический медиадискурс: актуальные тенденции развития в России // МедиаАльманах. — 2016. — № 2. — С. 12–21; *Дзялошинский И. М., Шарииков А. В.* О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России // Медиаскоп. — 2017. — Вып. 3. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>

и медиа сравнивается с глобальными исследовательскими подходами. Результатом этих сравнений становятся схожие выводы о существовании специфических отечественных традиций, которые характеризуются, в частности, повышенным интересом к журналистике во всех ее проявлениях, что во многом заслоняет многие другие поля медиа- и коммуникационных исследований; сохранение на этом фоне преобладающей роли традиционного, гуманитарно-филологического подхода к постановке исследовательских проблем и методам их решения. В этом контексте особо выделяется склонность ряда авторов к публицистичности при выборе стиля и формата создания академических текстов, ведущая к сложности в восприятии и принятии стандартов научного письма². Одним специалистам сложившаяся ситуация представляется естественной, позволяющей российской науке о медиа сохранять «суверенное место в мировом исследовательском пространстве»³,

² *Корконосенко С. Г.* Российские исследования журналистики: не однородные и не чужеродные для международного контекста // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте / отв. ред. и сост. С. Г. Корконосенко. — СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2013. — С. 13–22; *Вартанова Е. Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2015. — № 6. — С. 5–26; *Вартанова Е. Л.* Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7. № 1. — С. 165–176.

³ *Корконосенко С. Г.* Российские исследования журналистики: не однородные и не чужеродные для международного контекста // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте / отв. ред. и сост. С. Г. Корконосенко. — СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2013. — С. 15; *Korkonosenko S.* Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory // *Central European Journal of Communication*. — 2015. — Vol. 8, iss. 2. — P. 175–186.

в котором многие коллеги «просто не понимают сути проблем, которые исследуют российские ученые, и уж тем более не знакомы с российскими традициями исследований в гуманитарной сфере»⁴. Другие, не отрицая положительных сторон национальной специфики, все же склонны к признанию необходимости постепенной модернизации научно-исследовательской работы, которая шла на протяжении всего постсоветского периода, но пока приводила к минимальным локальным изменениям⁵.

При этом, независимо от позиций, практически все проанализированные обобщения делались на основе сформировавшихся у авторитетных ученых, давно и плодотворно работавших в области изучения медиа, журналистики и массовой коммуникации, собственных представлений о структуре и содержании исследовательского дискурса. В этом контексте в рамках данной главы мы предприняли попытку дополнить начатую дискуссию конкретными эмпирическими данными, которые дают возможность полнее и глубже анализировать и интерпретировать существующие в отечественном научном сообществе подходы к исследованиям журналистики и формированию новейших тенденций, связанных с возможным расширением исследовательского поля и движением к развитию модернизированных теорий медиа.

⁴ Дзялошинский И. М., Шариков А. В. О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>

⁵ Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26; Вартанова Е. Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7. № 1. – С. 165–176.

Подобный методологический переход соответствует трансформациям, уже произошедшим в глобальном исследовательском процессе. Первые работы, обобщающие опыт изучения коммуникации и медиа и выделяющие научные парадигмы, в русле которых этот опыт формировался⁶, были исключительно теоретическими, построенными на осмыслении выдающимися исследователями опыта своей научной работы. Однако на следующем этапе использовался уже вполне конкретный исследовательский инструмент — контент-анализ статей в профильных научных журналах. Именно с его помощью были проведены так называемые метаисследования, результатом которых стали более фундированные концепция трех парадигм в изучении медиа⁷, развивающая ее классификация методологических подходов к изучению массовой коммуникации⁸, выделение наиболее активно используемых научных школ и теорий⁹, выявление ключевых

⁶ Lazarsfeld P. Remarks on Administrative and Critical Communications Research // *Studies in Philosophy and Social Sciences*. — 1941. — Vol. 9. — P. 2—16; Gitlin T. Media Sociology: The Dominant Paradigm // *Theory and Society*. — 1978. — Vol. 6, iss. 2. — P. 205—253; Rogers E. M. The Empirical and Critical Schools of Communication Research // M. Burgoon (ed.) *Communication Yearbook 5*. New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1982. — P. 125—144; Rosengren K. E. Communication Research: One Paradigm, or Four? // *Journal of Communication*. — 1983. — Vol. 33, iss. 3. — P. 185—207.

⁷ Potter W. J., Cooper R., Dupagne M. The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals // *Communication Theory*. — 1993. — Vol. 3, iss. 4. — P. 317—335.

⁸ Fink E. J., Gantz W. A Content Analysis of Three Mass Communications Research Traditions: Social Science, Interpretive Studies, and Critical Studies // *Journalism and Mass Communication Quarterly*. — 1996. — Vol. 73, iss. 1. — P. 114—134.

⁹ Bryant J., Miron D. Theory and Research in Mass Communication // *Journal of Communication*. — 2004. — Vol. 54, iss. 4. — P. 662—704.

изменений, произошедших в теориях журналистики под воздействием факторов, связанных с цифровизацией¹⁰.

В России первые попытки метаисследований отечественных научных текстов, посвященных изучению СМИ, были выстроены вокруг анализа теоретической направленности и тематики докторских и кандидатских диссертаций¹¹. Такой подход представляется вполне оправданным, если учитывать как фактор выбора объекта изучения сложившуюся традицию гуманитарных исследований, в которой ключевые эмпирические результаты и важнейшие идеи представлялись преимущественно в крупных текстах — монографиях, учебных пособиях, диссертациях. Чуть позднее последовало первое обращение к метаисследованию на основе российских журнальных статей, которое охватывало менее широкое тематическое поле и концентрировалось на актуальных тенденциях в изучении медиаэкономики и медиаменеджмента¹².

В рамках данной главы предпринята попытка выявить показательные характеристики и актуальные тенденции изучения, концептуализации и развития теоретических и эмпирических представлений о журналистике, массовой коммуникации и медиа в российском исследовательском сообществе на основе

¹⁰ Steensen S., Ahva L. Theories of Journalism in the Digital Age // *Journalism Practice*. — 2017. — Vol. 9, iss. 1. — P. 1–18.

¹¹ Дунас Д. В. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2016. — № 1. — С. 103–119.

¹² Вырковский А. В. Новые исследовательские задачи в области медиаменеджмента и медиаэкономики России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2016. — № 6. — С. 209–229.

исследования ключевых элементов научных текстов из обеих вышеупомянутых групп. Объектами изучения стали диссертационные исследования на соискание ученой степени кандидата и доктора наук по специальности 10.01.10 – Журналистика, защищенные в диссертационных советах различных университетов Российской Федерации в период 2012–2016 гг. Следует отметить, что название указанной выше специальности не вполне соответствует сложившейся практике подготовки научных работ, которые зачастую затрагивают смежные темы, рассматривают функционирование СМИ, медиа, массовых коммуникаций, других коммуникационных феноменов. Таким образом, спектр тематик диссертационных исследований де-факто шире рамок, заявленных в названии специальности 10.01.10 – Журналистика. Также были исследованы научные статьи, опубликованные в указанный период в ведущих российских профильных изданиях и охватывающие важнейшие области изучения журналистики и массовой коммуникации.

Использование текстов разных жанров позволило, на наш взгляд, зафиксировать различные подходы к формированию и презентации научного знания в академическом сообществе. С одной стороны, диссертационные работы часто рассматриваются в отечественной традиции как «квалификационные», демонстрирующие (особенно в ситуациях с кандидатскими диссертациями) владение соискателем базовыми для текущего момента исследовательскими инструментами и теоретико-методологическими концепциями. Это дает возможность на основе анализа подготовленных текстов выявить доминирующие в академическом дискурсе исследовательские подходы, умение пользоваться которыми должна продемонстрировать «квалификационная»

работа. С другой стороны, диссертации могут быть и комплексным трудом, предполагающим формирование самостоятельной теоретической базы, а также проведение ряда эмпирических исследований, охватывающих сравнительно широкий круг вопросов. В этом контексте диссертации можно рассматривать как ключевой академический продукт, формирующий новое знание и позволяющий провести серьезную апробацию и верификацию полученных научных результатов с помощью открытой защиты и раскрытия всей информации для широкой общественности.

В свою очередь, статьи в научных журналах актуальнее, они пишутся и получают доступ к аудитории быстрее, чем диссертации, оперативнее реагируют на изменения внутри и вовне объектно-предметного поля, потенциально более открыты оригинальным концепциям и новым явлениям. К тому же, обращение к научным статьям можно обосновать и тем, что количество публикуемых регулярно текстов позволяет формировать объемную выборку.

Еще одним важным фактором, принципиальным при выборе для исследования текстов этих жанров (в отсутствие, например, монографий), можно считать наличие при корректном оформлении четкой структуры, включающей, в том числе, ключевые слова (для статей), введение с выделением объекта и предмета, обзор и списки литературы и выводы, что дает возможность четче вычленять их теоретико-методологическую базу и объектно-предметное поле.

Временной период 2012–2016 гг. был выбран с учетом необходимости изучения реального положения современных медиаисследований с возможностью выявления некоторой динамики исследовательского интереса. По нашим расчетам,

в этот период в отечественной академической традиции должны были проявиться новые тенденции в изучении и теоретическом осмыслении журналистики и медиа, связанные как с двадцатилетним периодом нарастающей цифровизации, так и с продолжительностью постсоветского этапа развития России и ее медиасистемы. Помимо этого, как раз на эти годы пришлось наиболее интенсивные трансформации российских академических практик вследствие Указа Президента РФ № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки», которые, в частности, привели к увеличению количества и значимости журнальных статей.

Выборку диссертационных работ за описанный период можно назвать сплошной. Непосредственными эмпирическими объектами в нашем исследовании стали авторефераты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика (см. табл. 1). Всего было изучено 405 авторефератов из электронной базы Российской государственной библиотеки (РГБ), а также открытых баз данных (<https://cyberleninka.ru/> и пр.).

Таблица 1.

**Количество авторефератов диссертаций
по специальности 10.01.10 – Журналистика,
защищенных в период 2012–2016 гг.**

Тип	Год					Итого
	2012	2013	2014	2015	2016	
Кандидатские	67	100	61	61	81	370
Докторские	15	8	3	5	4	35
Всего	82	108	64	66	85	405

В 2010-е гг. в России статьи по журналистике публиковали около трех десятков профильных изданий. Помимо этого, работы по медиа и коммуникации выходили в журналах по социологии, истории, лингвистике, антропологии, менеджменту, рекламе, связям с общественностью. В общей сложности в научных изданиях ежегодно появляется несколько сотен статей интересующей нас тематики. Для анализа нами были отобраны восемь научных журналов, публикующих статьи по проблемам функционирования и развития журналистики, коммуникации и медиа и издающихся в университетах с устоявшейся традицией исследований в заданном объектно-предметном поле. В сформированный список вошли «Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика», «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика», «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика», «Вестник Томского государственного университета. Филология», «Вопросы теории и практики журналистики», «Известия Уральского Федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры», «Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки». Были изучены все выпуски отобранных журналов за 2012–2016 гг.

Таблица 2.

**Распределение опубликованных
в 2012–2016 гг. статей о журналистике и медиа
по тематическим кластерам**

Кластер	Год					Итого
	2012	2013	2014	2015	2016	
История	43	34	64	45	34	220
Право	2	5	3	3	2	15
Лингвистика	11	16	40	24	29	120
Реклама и ПР	11	15	18	9	8	61
Журналистика/Медиа	156	166	178	152	179	831
Всего	223	236	303	233	252	1247

При формировании выборки исследования было проведено разделение статей на группы (см. табл. 2) на основе критериев, связанных с общей тематикой научного поиска, при этом некоторые группы, в отличие от диссертационных исследований, из выборки исключались. Как правило, диссертация представляет собой комплексное исследование, в котором могут затрагиваться разнообразные тематики, в то время как статьи решают более узкие научные задачи, что делает некоторые тематические группы нерелевантными для целей данной работы. Так, в выборку не попали статьи по истории журналистики (включая изучение творчества и биографии отдельных авторов) и медиа, а также по праву СМИ, в которых объект, предмет и используемый научный инструментарий предоставляют минимальное пространство для теоретических обобщений. В число проанализированных статей также не вошли тексты, представлявшие результаты исследований рекламы и связей с общественностью,

и статьи, которые можно отнести к «лингвистическому/стилистическому кластеру» (стилистика, лингвистика дискурса). Эти две группы статей имеют иную специфику: основной корпус текстов этих групп публикуется в специализированных профильных журналах, понять систему попадания или непопадания статей в изучаемые в рамках нашего исследования издания с более широким тематическим охватом не представлялось возможным. Изучение этих текстов предполагает иные принципы формирования выборки, аналогичной тем, что использовались, например, при исследовании статей о медиаэкономике¹³.

В общей сложности в изучаемый период в отобранных журналах были опубликованы 1247 статей, из которых после отсеечения нескольких кластеров по вышеописанным критериям нами были отобраны для анализа тексты (831 – 67% от совокупности), в которых рассматриваются вопросы функционирования журналистики и массовой коммуникации.

В качестве основного метода был использован контент-анализ, проведено качественно-количественное исследование формулировок в данных текстах. В рамках исследовательских процедур, анализ результатов которых представлен ниже, были изучены библиографические списки попавших в выборку работ, что позволило выявить теоретико-методологическую базу российского академического дискурса и списки ключевых слов (для статей), разделы, содержащие сведения об объекте и предмете и другие фрагменты текстов, агрегирующие информацию об объектно-предметном поле исследований журналистики и медиа.

¹³ *Вырковский А. В.* Новые исследовательские задачи в области медиаменеджмента и медиаэкономики России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2016. – № 6. – С. 209–229.

Целью проведенной работы стало выделение ключевых характеристик современных отечественных исследований журналистики и медиа, определяющих тенденции, текущие и перспективные направления их развития. Сделать это можно, ответив на вопросы о том, что и на основе каких концептуальных подходов в настоящее время изучает российское научное сообщество и насколько приоритетные направления и теоретические основы исследований укоренены в отечественном пространстве или интегрируются в международный академический контекст.

2.2. Теоретико-методологическая база

В рамках этого параграфа представлены ответы на вопросы о том, какими источниками отечественные исследователи пользуются при формировании теоретической и методологической базы своих работ, на какие концептуальные подходы к пониманию журналистики и медиа они ориентированы в своей деятельности, на какие теории и эмпирический материал опираются при познании, объяснении и изучении интересующих их процессов и явлений.

В первой части данного этапа проведенного исследования эмпирическими объектами, как мы уже упоминали, стали 405 авторефератов диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика, защищенных с 2012 по 2016 г.

Были проанализированы обзоры литературы, представленные в авторефератах, – как правило, именно в них авторы ука-

зывают наиболее важные труды, послужившие концептуальной основой их исследовательской работы. Простейший подсчет популярных у российских ученых научных работ и их авторов, упомянутых в обзорах литературы, позволил создать итоговую базу источников, включавшую почти 9900 текстов.

Затем были идентифицированы 177 научных работ, имевших пять (т. е. использованных хотя бы в 1% изученных авторефератов) и более упоминаний. Список наиболее часто используемых в диссертациях научных работ представлен в таблице 3.

Таблица 3.

Научные работы, наиболее часто упоминаемые в обзорах литературы в авторефератах диссертационных исследований 2012–2016 гг.*

Название	Кол-во упоминаний	Тип издания
Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран	34	У***
Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики	34	У
Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека**	30	И****
Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского	26	У
Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура**	24	И
Корконосенко С. Г. Основы журналистики	24	У

Продолжение табл. 3

Название	Кол-во упоминаний	Тип издания
Тертычный А. А. Жанры периодической печати	23	У
Прохоров Е. П. Журналистика и демократия	22	У
Тоффлер Э. Третья волна	19	И
Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина и Л. Л. Реснянской	19	У
Вартанова Е. Л. Теория СМИ: актуальные вопросы	17	И
Овсеян Р. П. История новейшей отечественной журналистики	17	У
Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе**	16	И
Сметанина С. И. Медиатекст в системе культуры	16	И
Засурский Я. Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990–2007	15	И
Акопов А. И. Методика типологического исследования периодических изданий	14	У
Валгина Н. С. Теория текста	13	У
ван Дейк Т. Язык. Познание. Коммуникация	13	И
Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета	13	У

Окончание табл. 3

Название	Кол-во упоминаний	Тип издания
Мисонжников Б. Я. Феноменология текста (соотношение содержательных и формальных структур печатного издания)	13	И
Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия / ред.-сост. С. Г. Корконосенко	13	И
Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ	12	У
Жирков Г. В. История цензуры в России XIX–XX вв.	12	У
Калмыков А. А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: дис. ... д-ра филол. наук	12	И
Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста	12	У
Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной	12	У

* учитывались различные издания и переиздания;

** в том числе иностранные издания;

*** условно учебные издания: учебники и учебные пособия;

**** условно исследовательские издания: монографии, сборники научных статей и диссертации.

Как видно из таблицы 3, основу научного фундамента составляют отечественные работы: из 26 наиболее популярных источников лишь пять принадлежат перу зарубежных авторов. Интересно, что российские исследователи крайне редко пользуются оригинальными работами на иностранных языках (три позиции из 26), а ссылаются обычно на труды зарубежных исследователей, которые уже переведены на русский язык. Тем не менее следует отметить высокую популярность работ Г. Маклюэна и М. Кастельса, ссылки на которые можно обнаружить в диссертационных исследованиях практически любой тематики.

Анализ наиболее востребованных российских источников (21) позволяет выделить еще одну тенденцию – на три четверти список состоит из написанных для студентов учебников и учебных пособий, и только шесть изданий можно отнести к «неучебной группе» – три сборника статей, две монографии и одну диссертацию. При этом среди десяти самых популярных книг из российских присутствуют только учебные издания. Это можно считать одной из ключевых характеристик актуального отечественного академического дискурса, в котором теоретический контекст исследовательской работы создается учебными материалами, а методологический, ввиду малого использования исследовательских текстов, оказывается крайне ограничен.

Высокие позиции таких книг, как, например, «Медиаэкономика зарубежных стран», можно также рассматривать в рамках тех же тенденций, которые обеспечивают присутствие в списках переводов работ Г. Маклюэна или М. Кастельса. Процессы и явления, связанные с медиаэкономикой, в России крайне редко становятся непосредственными предметами диссертационных исследований, однако можно обратить внимание на то, что эта

книга встречалась в работах по очень широкому кругу тем. Авторы до сих пор черпают из нее представления об устройстве зарубежных медиасистем, информационном обществе и многих других вопросах, ответы на которые не получают из иноязычных источников и первоисточников ввиду своего рода исключенности из международного научного дискурса, во многом являющейся результатом культурных, языковых, финансовых и инфраструктурных ограничений.

Более 10 раз в авторефератах упоминались работы 126 российских и зарубежных авторов, из которых мы также выделили 25 наиболее востребованных научным сообществом.

Таблица 4.

Авторы научных работ, наиболее часто упоминаемые в обзорах литературы в авторефератах диссертационных исследований 2012–2016 гг.

Автор	Кол-во упоминаний
Вартанова Е. Л.	114
Прохоров Е. П.	90
Засурский Я. Н.	62
Корконосенко С. Г.	58
Тулупов В. В.	58
Шкондин М. В.	52
Дзялошинский И. М.	50
Маклюэн Г.	47
Кастельс М.	46
Тертычный А. А.	46
Акопов А. И.	44
Солганик Г. Я.	43

Окончание табл. 4

Автор	Кол-во упоминаний
Тоффлер Э.	36
Лазутина Г. В.	34
Мисонжников Б. Я.	34
Свитич Л. Г.	34
Землянова Л. М.	33
Калмыков А. А.	33
Мельник Г. С.	33
Фомичева И. Д.	32
Горохов В. М.	30
Грабельников А. А.	30
Есин Б. И.	30
Почепцов Г. Г.	30
Сидоров В. А.	29

Зарубежных авторов в данном перечне трое – это Г. Маклюэн, М. Кастельс и Э. Тоффлер, работы которых входили также в список самых цитируемых. Показатели почти всех российских авторов сложились из упоминания нескольких их работ (почти во всех случаях книг), выделить на этом основании доминирование какого-либо концептуального подхода, представленного значительным числом авторов, сложно. Однако нельзя все-таки не отметить, что позиции большинства вошедших в топ-25 авторов можно отнести к отечественной нормативной теории, которая, при отличии в деталях подходов Е. П. Прохорова, Я. Н. Засурского, С. Г. Корконосенко, В. В. Тулупова, М. В. Шкондина, И. М. Дзялошинского, Г. В. Лазутиной, Л. Г. Свитич и других специалистов, обладает ощутимой целостностью и, как можно увидеть,

определяет российский академический дискурс. Кстати, можно обратить внимание и на то, что основы российских нормативных подходов изложены преимущественно в формате учебного пособия, что частично может объяснять показатели в таблице 3. Связан с выявленной тенденцией и еще один важный тренд – подавляющее большинство авторов работают в «поле журналистики», если пользоваться терминологией П. Бурдьё¹⁴, практически не затрагивая изучение массовой коммуникации, медиа и других коммуникационных феноменов.

В целом же доминирование отечественной научной мысли в диссертационных исследованиях несомненно: более 85% самых используемых источников и свыше 80% наиболее упоминаемых авторов (см. табл. 5 и прил. 1).

Таблица 5.

**Научные источники и их авторы
(отечественные и иностранные), упомянутые
в авторефератах диссертационных исследований,
2012–2016 гг.**

Происхождение	Источники, N=177 (более 5 упоминаний),%	Авторы, N=126, (более 10 упоминаний),%
Отечественные	86	83
Иностранные	14	17

¹⁴ Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики: сб. ст. / сост., общ. ред. пер. и посл. Н. А. Шматко. – М.: Ин-т эксперимент. социологии, 2005.

На пилотном этапе исследования также была получена информация о представленности разных регионов страны и мира в источниковой базе работ о медиа и журналистике (см. прил. 1).

В соответствии с программой исследования мы провели сбор и обработку данных, позволяющих составить представление и о теоретико-методологической базе, использованной в научных статьях. В рамках этого этапа были изучены списки литературы и полные тексты статей (831), которые были включены в выборку. При подсчетах было исключено самоцитирование, упоминание авторами статей собственных работ. В обзорах литературы в диссертационных исследованиях подобного почти не встречается, а при изучении статей мы вынуждены были поставить это ограничение, так как практика самоцитирования оказалась чрезвычайно распространена, что могло исказить полученные результаты.

В изученных списках использованной литературы мы обнаружили 34 книги, главы/раздела в монографиях и учебных пособиях и статьи, упоминавшиеся не менее восьми раз (т. е. хотя бы в 1% изученных статей). Из них 28 работ были написаны советскими и российскими авторами и шесть – зарубежными. При этом повышение планки отсечения до 15 упоминаний (около 2% статей), что в рамках выборки можно считать хотя бы минимально заметным показателем, оставляет в списке только 11 источников (см. табл. 6).

Таблица 6.

**Научные работы, наиболее часто упоминаемые
в изученных статьях о медиа, опубликованных
в 2012–2016 гг.***

Научная работа	Кол-во упоминаний	Тип издания
Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики	43	У
Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека**	35	И
Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики	26	И
Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского	22	У
Тертычный А. А. Жанры периодической печати	18	У
Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран	18	У
Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М. М. Лукиной	17	У
Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности	17	У
Корконосенко С. Г. Основы журналистики	16	У
Типология периодической печати / под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской	15	У
Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура	15	И

Продолжение табл. 6

Научная работа	Кол-во упоминаний	Тип издания
Иваницкий В. Л. Модернизация журналистики: методологический этюд	14	И
Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика	14	У
Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С. Г. Корконосенко	13	У
Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика	13	У
Засурский Я. Н. Испытание свободой. Российская журналистика 1990–2004	11	И
Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям	10	И
Луман Н. Реальность массмедиа	10	И
Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой	10	У
Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации	10	И
Засурский И. И. Масс-медиа второй республики	9	И
Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика	9	И

Окончание табл. 6

Научная работа	Кол-во упоминаний	Тип издания
Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение	9	У
Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества	9	У
Свитич Л. Г. Феномен журнализма	9	И
Фомичева И. Д. Социология СМИ	9	У

* учитывались различные издания и переиздания;

** в том числе иностранные издания.

Из таблицы 6 (так же, как из табл. 3) видно, что среди работ отечественных авторов наиболее востребованными – 15 из 23 источников – оказались учебники и учебные пособия. Из 28 российских работ, упоминавшихся минимум восемь раз, к этой группе можно отнести еще 18 книг. Среди 10 самых упоминаемых источников присутствует только одна отечественная монография. Преобладание материалов, которые можно классифицировать как «учебные», над «исследовательскими» материалами, таким образом, характеризует используемую теоретико-методологическую базу академического дискурса. Зарубежных источников в топ-25 еще меньше, чем в диссертациях – всего три, а среди шести зарубежных книг, встречавшихся восемь и более раз, – пять переводных.

Для выявления круга авторов, наиболее часто встречающихся в отечественных научных статьях о медиа, мы использовали

более комплексный подход: к показателям, которые складывались при изучении списков литературы, мы добавили все упоминания авторов, встречавшиеся в основном тексте статей при отсутствии их работ в пристатейных списках.

На этой стадии исследования мы столкнулись с рядом методологических сложностей, часть из которых одновременно можно отнести и к характеристикам отечественного академического дискурса. Списки литературы, которые есть практически в каждой статье, схожи со списками ключевых слов, разбираемых в следующем параграфе, в том, что до сих пор часто выполняют не столько «навигационную» функцию, сколько «нормативную» — показывают не реально использованные источники, а работы, которые следует упоминать для создания «правильного» академического контекста. В результате расхождения между упоминаниями авторов в основном тексте и в списках литературы могут быть значительными.

Еще одна важная проблема связана с небольшим числом четко структурированных статей, что напрямую влияет на то, что в текстах сложно вычленить раздел или хотя бы фрагмент, содержащий обзор литературы и теоретический аппарат. Главная сложность заключается в том, что не всегда можно обнаружить закономерности, согласно которым в статье упоминается конкретный автор или теория, — в большом количестве работ упоминание теории или цитирование того или иного автора никак не коррелируют с темой, проблемой и даже тематикой статьи.

Несмотря на эти особенности изученных статей, мы собрали данные по ключевым авторам (частично представлены в табл. 7 и прил. 1). Среди них можно выделить 75 авторов — 59 советских

и российских и 16 зарубежных, – упоминавшихся в сумме не менее десяти раз в списках литературы и в текстах.

Таблица 7.

**Авторы научных работ, наиболее часто упоминаемые
в изученных статьях о медиа,
опубликованных в 2012–2016 гг.**

Автор	Кол-во упоминаний
Вартанова Е. Л.	131
Прохоров Е. П.	89
Маклюэн М.	60
Дзялошинский И. М.	56
Лазутина Г. В.	48
Корконосенко С. Г.	46
Тертычный А. А.	40
Кастельс М.	39
Шкондин М. В.	38
Свитич Л. Г.	36
Тулупов В. В.	35
Хабермас Ю.	34
Землянова Л. М.	33
Бахтин М. М.	33
Фомичева И. Д.	32
Тоффлер Э.	27
Цвик В. Л.	27
Фролова Т. И.	26
Кройчик Л. Е.	25
Иваницкий В. Л.	25
Бодриар Ж.	25

Окончание табл. 7

Автор	Кол-во упоминаний
Барт Р.	25
Бурдые П.	24
Горохов В. М.	24
Луман Н.	23

Списки авторов и наиболее востребованных книг во многом пересекаются: академический дискурс на современном этапе апеллирует к работам Е. Л. Вартановой, Е. П. Прохорова, М. Маклюэна. Можно обратить внимание и на развитие характеристик филологичности (высокие показатели М. М. Бахтина) и нормативности (Е. П. Прохоров, С. Г. Корконосенко, Г. В. Лазутина) современного дискурса. Так же, как и в диссертациях, следует отметить доминирование отечественных авторов, являющихся специалистами в первую очередь по журналистике. Спектр коммуникационных и медийных подходов представлен в основном зарубежными теоретиками, которых в топ-25 авторов статей в сравнении с авторами диссертаций больше – восемь против трех. Однако особенности их научного творчества не дают возможности для четкого определения их роли в формировании теоретической и методологической базы. В большинстве случаев упоминание в списках и даже в тексте автора не означает непосредственной и обоснованной апелляции к разрабатываемой/разработанной теории. Так, занимающие важные позиции М. Маклюэн, М. Кастельс, Н. Луман, Р. Барт, Ж. Бодрияр выступают практически везде в роли источников цитат на самые разные темы, а не теоретических концепций, положенных в основу исследования. Также не упоминаются

теории (даже теория журналистики) при цитировании работ Е. Л. Вартановой или Е. П. Прохорова.

Таблица 8.

**Научные источники и их авторы
(отечественные и иностранные), упомянутые в изученных
статьях о медиа, опубликованных в 2012–2016 гг.**

Происхождение	Источники, N=32 (более 8 упоминаний),%	Авторы, N=75, (более 10 упоминаний),%
Отечественные	81	80
Иностранные	19	20

В целом анализ используемых в диссертационных исследованиях и статьях источников показывает, что за пределами академического дискурса остается практически весь корпус классических и актуальных зарубежных текстов, монографий и научных статей, посвященных исследованиям и теориям массовой коммуникации и медиа. Используется только небольшой круг переведенных работ, что лишает большинство отечественных авторов статей доступа к целым пластам теоретического и эмпирического знания.

Это очень важный фактор, который, как нам представляется, непосредственно влияет на сам процесс развития теоретических концепций в российской научной практике. В ситуации, когда большинство важнейших теоретических концепций принадлежат зарубежным авторам, чрезвычайно сложно использовать и развивать теории, ключевые тексты по которым недоступны и практически не используются.

Таким образом, теоретический фундамент, используемый отечественными авторами диссертаций и статей, можно признать весьма ограниченным: из активного научного дискурса практически исключены многие важнейшие, базовые зарубежные работы по медиа – они либо вообще не используются, либо используются узким кругом авторов. Российские ученые замкнуты в рамках отечественных научных концепций и подходов, среди которых очевидным образом просматривается доминирование нормативных и филологических (с литературоведческими корнями) понятий, что подтверждается и данными, представленными в следующем параграфе.

2.3. Объектно-предметное поле

Для того, чтобы полнее ответить на поставленные в исследовании вопросы, помимо изучения теоретического фундамента, представленного в форме обзоров или списков литературы, необходимым представляется также анализ тематических доминант, наиболее интересных отечественным ученым. Их изучение было проведено с использованием более комплексной методики и разделено на несколько этапов.

В основу анализа, проведенного на первом из этапов, было положено схематичное изображение процесса коммуникации, предложенное в середине XX века американским исследователем Г. Лассуэллом как один из возможных подходов к осмыслению как структуры самого процесса, так и коммуникативных практик. Так называемая формула Лассуэлла представляется релевантной целям и задачам нашего исследования, поскольку

ку в ней учтены основные элементы процесса взаимодействия: 1) субъект (журналист и – шире – коммуникатор), 2) канал коммуникации, 3) содержание коммуникации (медиаатекст, контент или медиаконтент), 4) аудитория и 5) результат коммуникативного взаимодействия (эффект)¹⁵. Таким образом, в рамках проекта был повторен путь Лассуэлла, который, как отмечает отечественный социолог М. М. Назаров, использовал данную схему «для уточнения различных видов исследований, соответствующих отдельным составляющим коммуникационного процесса»¹⁶.

Необходимо сделать некоторые уточнения терминологического и методического характера. Как и в части исследования, результаты которого описаны в предыдущем разделе, были проанализированы тексты 405 авторефератов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук и доктора наук, защищенных в 2012–2016 гг. При изучении авторефератов на этапе сбора эмпирической информации фиксировались точные формулировки названия работы, предмета и объекта исследования, предложенные в авторефератах диссертаций разных типов. Учет различных параметров научных исследований позволил говорить о многоаспектном анализе материала и тем самым избежать неточностей в позиционировании работ. Кроме того, при наличии в формулировках указаний на одновременное исследование автором двух и более элементов коммуникации анализ учитывал долю присутствия разных направлений исследования

¹⁵ Lasswell H. D. *The Structure and Function of Communication in Society* // Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. – N. Y.: Harper and Brothers, 1948.

¹⁶ Назаров М. М. *Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования*. – М.: Аванти плюс, 2003.

в работе (например, при исследовании коммуникатора и контента присутствие каждого из элементов обозначалось не 1, а 0,5 для того, чтобы сформировать целостное представление о структуре научных работ).

Что касается использования терминов, то при общей достаточно широкой интерпретации ключевых положений диссертационных исследований мы исходили, во-первых, из предложенного отечественной школой определения медиатекста как «разновидности текста, принадлежащей массовой информации, характеризующейся особым типом автора, специфической текстовой модальностью, рассчитанной на массовую аудиторию»¹⁷, во-вторых, из актуального определения субъекта коммуникации (коммуникатора), который в исследованиях массовой коммуникации на современном этапе развития может быть описан и как журналист, связанный трудовыми отношениями с редакциями официально зарегистрированных средств массовой информации, и как субъект, осуществляющий массовую информационно-коммуникативную деятельность без официального оформления трудовых отношений с редакциями различных информационных ресурсов (фрилансер, медиаактивист и т. п.), в-третьих, из представлений об аудитории как о пассивном или активном участнике массово-коммуникативных процессов, становящемся адресатом различных сообщений, и наконец, из понимания эффектов массовой коммуникации как определенных изменений, происходящих под воздействием массмедиа в двух сферах — в области сознания и области поведения людей, более круп-

¹⁷ Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медиатекст» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2005. — № 2. — С. 7–15.

ных социальных общностей (групп, сообществ) и/или социума в целом¹⁸.

Очевидно, что технологическое, социальное и культурное развитие второй половины XX – начала XXI века повлияло как на медиапространство, так и на исследования в данной области. Поэтому для более точной локализации работ в схему анализа была добавлена категория «другое», подразумевающая, что некоторая часть текстов может быть посвящена не учтенным в формуле Лассуэлла параметрам информационно-коммуникативного процесса, ставшим реальностью на рубеже XX–XXI вв.

В качестве предварительного критического комментария отметим, что далеко не всегда отечественные авторы могут продемонстрировать высокий уровень академической культуры – в 22 изученных авторефератах (5,4% от общего числа текстов) отсутствует отчетливое описание предмета и/или объекта изучения. В остальном проведенный анализ позволяет говорить о неоднородности исследовательского интереса к пространству медиа и массовых коммуникаций (см. табл. 9 и прил. 1).

¹⁸ Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: Аванти плюс, 2003.

Таблица 9.

**Соотношение диссертационных работ,
посвященных анализу различных элементов коммуникации
(N=405, % от общего числа работ по каждому году),
2012–2016 гг.**

Элемент	Коммуникатор	Контент	Канал	Аудитория	Эффекты	Другое
Всего	6	48	36	0	6	4

Как показывают результаты, в течение пяти изученных лет внимание исследователей неизменно было сфокусировано на анализе контента — этому элементу коммуникативного процесса посвящены исследования в почти 50% защищенных диссертаций. Возможно, это отчасти связано с отечественной традицией анализа процесса и результатов журналистской деятельности, с культурным контекстом, подразумевающим «необычайно тесную связь, в которой развиваются литература, журналистика и филология», тем, что «журналистика всегда была важнейшей составляющей литературного процесса»¹⁹, а также с представлением о журналистике как о литературно-критической деятельности, известным со времен издания «Энциклопедии, или Толкового словаря наук, искусств и ремесел» эпохи Просвещения.

Следующим по частоте изучения элементом становится в 2010-е гг. канал коммуникации — в обобщенном виде он встре-

¹⁹ Орлова Е. И. Литература, журналистика и филология: поле взаимодействия // Русская литература и журналистика в движении времени. Ежегодник кафедры истории русской литературы и журналистики / под ред. Г. С. Лапшиной, Е. И. Орловой, И. Е. Прохоровой. — М.: Фак. журн. МГУ, 2012.

чается в качестве предмета и/или объекта в 36% работ. При этом авторы изучают как технологические условия медиатеальности в связи с развитием новых платформ и способов обмена информацией и общения, так и функционирование конкретных информационных ресурсов в разные исторические периоды в разных регионах мира. Можно предположить, что разнообразие традиционных средств массовой информации и появляющихся новых информационно-коммуникационных ресурсов способствует удержанию исследовательского внимания на этой составляющей коммуникативного процесса.

Примерно в равной степени (около 6%) представлены работы, рассматривающие фигуру коммуникатора и эффекты массовой коммуникации. И если невысокий уровень внимания ко второму названному элементу вполне традиционен и во многом объясняется сложностями верификации информации, а также многоаспектностью данного явления, то невысокий интерес современных ученых к основному субъекту информационно-коммуникативной деятельности нуждается в дальнейшем осмыслении. Примечательно, что в ряде случаев в рамках изучения фигуры коммуникатора естественным образом происходит сужение объектно-предметного поля исследования, его персонификация. Несмотря на обогащение исследовательского поля в результате проведения подобных, ориентированных на анализ личности исследований, с точки зрения возможностей разработки общей теории на современном этапе академической активности, подобная особенность может быть оценена скорее негативно. Такого рода проекты, качественные по своей исследовательской логике, рассматривающие уникальные судьбы и профессиональные биографии, не позволяют уточнять и совершенство-

вать системные представления о медиасфере и отдельных ее сегментах.

Примечательно, что один из наиболее значимых элементов — аудитория — напрямую не становится объектом/предметом медиаисследований в 2012–2016 г. Учитывая важность аудитории (адресата, потребителя и т. п.) в коммуникативных практиках, а также высокий уровень технической и методической обеспеченности современных аудиторных исследований, можно было ожидать, что часть авторов посвятит свои работы описанию поведения потребителей информации и осмыслению аудитории как участника массовых коммуникативных процессов. Однако полученные результаты свидетельствуют об обратном, что может объясняться — в числе прочего — сложностями организации подобного рода исследований.

Как было отмечено выше, исследовательский инструментарий в рамках данного проекта был дополнен категорией «другое». Это методическое решение оправдало себя, поскольку в 4% изученных работ авторы обращались к объектам/предметам, которые невозможно отнести ни к одному из слагаемых формулы Лассуэлла 1948 г. Чаще всего в центре подобных диссертационных исследований находятся внеположенные по отношению к медиапространству фрагменты социальной реальности, контекстуальные факторы, определяющие характер и особенности медиаактивности, напрямую не связанные ни с субъектной, ни с технологической, ни с содержательной стороной собственно коммуникации. Так, например, в работах рассматриваются вопросы регулирования и стандарты журналистской деятельности, коммуникативные и информационные стратегии в журналистике. Наличие работ в данной категории свидетельствует, во-первых, о развитии медиапространства и, во-вторых, о необходимости

развития и расширения теоретических оснований осмысления трансформирующегося поля.

Оценка массива авторефератов диссертаций с учетом существующего деления научного знания на сегменты по степени обобщения информации выявляет несовершенства данного пространства, несбалансированность его структуры. В целом анализ научного аппарата авторефератов показывает принципиальное доминирование эмпирических исследований (почти 83% работ за пять лет) над исследованиями, которые условно можно отнести к группе теоретических (около 17%), использующих, развивающих и/или предлагающих теории среднего уровня, то есть такие положения, которые описывают отдельные сегменты современной медиасистемы.

Можно отметить, что представители академической общест­венности в целом разделяют идею применения процедуры классификации существующего научного материала по объектам проводимых исследований, считая такой подход целесообразным. Но одновременно в начале XXI века звучат и упреки в «излишнем рационализме» подобного подхода, порождающем «ряд проблем в классификации теорий, когда их трудно отнести к одному из выделенных объектов»²⁰. Полученная эмпирическая информация позволяет отчасти убедиться в справедливости этих упреков – в 2012–2016 гг. доля диссертационных исследований, объектно-предметное поле которых не поддается отчетливой и однозначной атрибуции, составляла почти 18% (72 текста).

При этом не удастся выявить единую динамику подготовки исследований, одновременно посвященных различным элементам

²⁰ Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. – М.: ГУ ВШЭ, 2017.

процесса массовой коммуникации в зависимости от времени написания работы, что лишает нас возможности увидеть отражение в научных работах 2010-х гг. системных процессов, происходящих в медиaprостранстве, и — соответственно — усложняет задачу формирования единых теоретических обоснований медийной реальности.

Неоднозначность и трансформационный характер современной медиасреды сообщают определенную специфику и исследованиям медиа. Многократно зафиксированные экспертами технологические изменения, связанные с процессом медиатизации, обусловившие изменения в профессиональном поведении и сознании коммуникатора, в привычках и восприятии мира потребителями информации, академической средой рассматриваются во втором десятилетии XXI века не только как самостоятельный, требующий внимания исследователей сегмент медиаполя, но и как связанный с другими сегментами медиaprостранства (см. табл. 10).

Таблица 10.

Сочетание различных элементов коммуникативного процесса в описании объектно-предметного поля диссертационных работ (в % от числа работ с комплексным объектно-предметным полем, N=72), 2012–2016 гг.

Объектно-предметное поле	Абс.	%
Контент-канал	15	21
Канал-контекст	12	17
Канал-эффект	11	15
Коммуникатор-контент	9	12
Контент-эффект	7	10
Коммуникатор-контекст	6	8
Контент-контекст	5	7
Эффект-контекст	4	6
Коммуникатор-канал	3	4

Основываясь на изучении содержания авторефератов, можно сказать, что чаще всего комплексный характер диссертаций, защищенных в 2012–2016 гг., связан с интересом авторов к контенту в меняющихся технологических условиях, к выбору адекватного канала для трансляции содержания (как это представлено, например, в работах «Современные тенденции и перспективы развития круглосуточной новостной телевизионной журналистики: на примере телеканала “Россия 24”» и «Влияние информационных интернет-технологий на развитие новостных телевизионных форматов»). Такое описание объектно-предметного поля присутствует в 21% работ данной группы. Возникновение и активное развитие новых каналов и платформ для осуществления массовой коммуникации приводят к появлению исследований специфики медиа и каналов в широком экономическом, социально-культурном и административном контекстах – такого рода работы составляют 17% текстов в изученной группе (например, исследования «Трансформация принципов продвижения периодических печатных изданий в России», «Глобальные гарантии свободы слова в новых медиа и Интернете», «PR-деятельность книжных издательств как фактор взаимодействия с медиапространством» и «Медиаобразовательная деятельность медиапредприятий Германии: на примере вещательных компаний»). Кроме того, стремление рассмотреть различные аспекты коммуникативного процесса достаточно часто приводит авторов к необходимости изучения эффективности взаимодействия коммуникатора и аудитории – подобное объектно-предметное поле описано в 15% авторефератов диссертаций (например, в работах «Телевидение как фактор формирования духовно-нравственных ценностей личности», «Телевидение как институциональная

система отражения социокультурных потребностей», «Социальные медиа в решении актуальных общественно-политических проблем»).

Еще один масштабный этап работы представлял собой выявление наиболее часто используемых в научном дискурсе понятий. При этом в рамках нашего исследования «основные понятия», исходя из поставленных задач, мы определяли как базовые ментальные единицы, имеющие четко идентифицируемый смысл, и как структурирующие знания о мире²¹. Для удобства представления результатов в таблицах мы обобщали показатели по основным понятиям, включая в кодификатор базовые и производные слова и связанные с ними словосочетания. Например, в строке «культура» обобщены результаты не только непосредственно по «культуре», но и по «традиционной культуре», «культурным традициям», «культурному уровню» и т. д. — все они кодифицировались через «культуру». При этом «традицию» мы также рассматривали как отдельное «понятие».

При изучении концептуального поля, выявляющегося в авторефератах диссертаций, использовался частотный анализ — в сегментах текста, посвященных формулировкам объекта и предмета исследования, был произведен поиск терминов, встречающихся в основной форме, а также поиск производных базовых терминов и поиск случаев употребления данных терминов в словосочетаниях. В рамках проведенного частотного ана-

²¹ См., напр.: *Остапюк М. И.* Ключевой фрейм как когнитивная основа диалогической коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Белгород, 2007; *Сулина О. В.* Бюджетный процесс в региональном медиадискурсе: автореф. дис. ... канд. полит. наук. — СПб, 2015.

лиза словоформы, слова и словосочетания, повторяющиеся в одной работе несколько раз, учитывались однократно во избежание искажения результатов исследования. Таким образом было получено представление об основных понятиях, используемых отечественными авторами в диссертационных исследованиях (см. табл. 11).

Таблица 11.

**Наиболее часто используемые понятия
в изученных авторефератах диссертационных исследований,
2012–2016 гг.**

Понятие	Кол-во упоминаний
Информация	149
Пресса, печать, периодика, издание	147
СМИ	136
Газета	96
Политика	78
Медиа...	74
Функция	73
(Медиа)текст	72
Интернет	70

Очевидно, что авторы в основном обращаются к анализу информации и информационных процессов, а не к изучению процесса коммуникации, зачастую проявляют интерес к традиционным СМИ (об этом, в частности, свидетельствует популярность понятий «пресса», «печать», «периодика», «газета» и близких им) больше пишут о средствах массовой информации, а не о медиа. Значимостью политического фактора для анализа пространства медиа и массовой коммуникации может отчасти объяснить достаточно частое использование понятия «политика».

Таблица 12.

Используемые понятия в изученных авторефератах диссертационных исследований, 2012–2016 гг.

Понятие	Кол-во упоминаний
Категория: базовые дисциплинарные понятия	
Информация	149
СМИ	136
Медиа...	74
Коммуникация	48
Журналистика	34
Категория: индустриально-отраслевые понятия	
Пресса, печать, периодика	147
Газета	96
Интернет	70
Телевидение	54
Радио (станция)	34
Кино (фильм)	9
Социальные медиа (сети)	1

Продолжение табл. 12

Понятие	Кол-во упоминаний
Категория: внешние институциональные факторы и связи	
Политика	78
Регион	55
Социум	40
Аудитория	33
Политика	25
Фактор	15
Культура	10
Категория: технологические понятия	
Вещание	20
Онлайн	7
Конвергенция	6
Цифровой	6
Категория: контент/(медиа)текст	
(Медиа) текст	72
Жанр	60
Новость (и)	32
Автор	22
Контент	18
Корпоративный	10
Бренд	3
Категория: уровни анализа/исследования	
Система	59
Тип	49
Образ	34
Дискурс	31
Стратегия	13
Нарратив	3

Понятие	Кол-во упоминаний
Категория: нормативные представления о профессии	
Функция	73
Профессиональный	15
Ценности	10
Диалог	6
Категория: понятия из иных теорий	
Повестка дня	6
Метафора	2
Игра	2
Миф	1
Стереотип	1
Категория: исследовательская терминология	
Модель, моделирование	22
Метод, методология	21
Контент-анализ	1
Парадигма	1

Изучение терминологии, используемой авторами диссертационных исследований, показывает, что в работах встречаются понятия из различных смысловых групп (см. табл. 12). При этом наименее представленными по результатам исследования являются категория понятий, связанных с иными теориями, а также группа понятий, связанных с методическим обеспечением проектов, что объяснимо, учитывая жанровые особенности автореферата.

Аналогичное исследование было проведено и в отношении научных статей. При анализе, принимая во внимание тот факт, что объект и/или предмет были сформулированы менее чем в 5% изученных текстов, было принято решение ориентироваться на перечни ключевых слов. Сегодня это обязательный структурный элемент каждой статьи, который (как мы предполагали) должен максимально конкретно детализировать ее объектно-предметное поле за счет использования не менее пяти специально отобранных слов и словосочетаний.

Все наиболее часто встречавшиеся ключевые слова мы так же, как и в случае с авторефератами, разделили на несколько групп по критерию принадлежности к условной тематической категории. В отдельных случаях, когда возможно включение понятия в две и более группы, мы выбирали ту, которая представляется нам наиболее показательной для характеристики научного дискурса.

В таблице 13 отражены результаты по двум группам наиболее часто упоминающихся и, одновременно, наименее информативных понятий. Использование в качестве ключевых слов «СМИ», «медиа» или, например, «телевидение» никак не выделяет текст из массива работ по заданной тематике, хотя в очень многих случаях действительно отражает объект изучения/обсуждения. Для исследования направлений развития теоретического знания они также мало полезны, так как не позволяют идентифицировать возможные теории/группы теорий, в рамках которых могла бы вестись исследовательская работа авторов.

Таблица 13.

**Наиболее часто используемые основные понятия
в изученных статьях о медиа,
опубликованных в 2012–2016 гг.**

Понятие	Кол-во упоминаний
Категория: базовые дисциплинарные понятия	
Медиа...	284
(напр., медиапространство)	25
СМИ	242
Журналистика	218
Информация	181
Коммуникация	95
Медиа	92
Журналист	63
Категория: индустриально-отраслевые понятия	
Телевидение	144
Пресса, печать, периодика, издание	122
Интернет	112
Газета	48
Социальные медиа (сети)	41

В таблице 14 и приложении 1 обобщены данные по другим тематическим категориям, которые позволяют охарактеризовать общее направление отечественных исследований медиа. В общей сложности авторами статей было использовано более 1000 слов и словосочетаний, что может говорить об отсутствии терминологического единства (многие понятия могут называться по-разному в разных текстах) и масштабных научных направлений, которые формировали бы внутри себя универсальные объектно-предметные и функционально-семантические поля. Самые

употребляемые понятия встречались не чаще одного случая на десять изученных статей, большинство «популярных» понятий упоминались по 0,06–0,08 раз на статью, что оказалось ниже наших ожиданий.

Таблица 14.

Наиболее часто используемые понятия в различных тематических категориях в изученных статьях о медиа, опубликованных в 2012–2016 гг.

Понятие	Кол-во упоминаний
Категория: внешние и институциональные факторы и связи	
Политика	64
Аудитория	63
Культура	58
Социум	56
Общество	32
Категория: технологические понятия	
Конвергенция	37
Мультимедиа	19
Цифровой	17
Онлайн	15
Сеть	14
Категория: контент/(медиа)текст	
(Медиа) Текст	81
Жанр	52
Контент	46
Новость	41
Автор	26

Понятие	Кол-во упоминаний
Категория: уровни анализа/исследования	
Система	52
Тип(ология)	39
Дискурс	33
Образ	33
Стратегия	31
Технологии	31
Категория: нормативные представления о профессии	
Масса	50
Функция	43
Профессионал	39
Ценности	34
Диалог	32
Категория: понятия из иных теорий (за пределами нормативных)	
Повестка (дня)	14
Миф	12
Стереотип	9
Поле	8
Игра	8
Категория: исследовательская терминология	
Модель	32
Теория	27
Метод	20
Исследование	12
Парадигма	10

Мы также выделили наиболее часто встречающиеся понятия в семи категориях за пределами первых двух (таблица 13) и объ-

единили их в таблицу 15, отражающую доминирующие элементы объектно-предметных полей академического дискурса.

Таблица 15.

Наиболее часто используемые за пределами первых двух тематических категорий понятия в изученных статьях о медиа, опубликованных в 2012–2016 гг.

Понятие	Кол-во упоминаний
(Медиа) Текст	81
Политика	64
Аудитория	63
Культура	58
Социум	56
Жанр	52
Система	52
Контент	46
Функция	43
Новость	41
Тип	39
Профессионал	39
Конвергенция	37
Ценности	34
Дискурс	33
Образ	33
Диалог	32
Модель	32
Общество	32
Стратегия	31
Технологии	31
Наука	28
Теория	27

Анализ статей по ключевым словам показал, что этот важный структурный раздел в отечественной практике пока не всегда эффективно выполняет свою базовую функцию — выделять исследование и написанную на его основе статью в массиве научных текстов, помогая делать более таргетированным поиск по реферативным базам. Его основная функция состоит скорее в задавании ориентиров, создании маркеров внутри научного дискурса — во многих случаях список слов или отдельные слова в списках выглядят не как «ключевые», а как «правильные».

Для еще более полной картины наряду с изучением концептуального поля, представленного непосредственно в текстах авторефератов диссертационных исследований и статей, был изучен набор понятий, репрезентированный в источниковой базе этих текстов, которую мы представили в предыдущем параграфе. Для выявления наиболее популярных в современном научном дискурсе основных понятий был применен частотный анализ текстов аннотаций самых востребованных российскими исследователями работ (см. табл. 3 и 6). Аннотации монографий, учебников и учебных пособий были получены из открытых источников. Выборка была разделена на два блока — в первый вошли 25 книг (из 26)²², чаще всего цитируемых авторами статей в научных журналах, во второй блок — 25 книг (из 26)²³, чаще

²² В одной из книг не было аннотации.

²³ Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук А. А. Калмыкова «Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация» не имеет аннотации, поскольку это не предусмотрено стандартами оформления рукописей.

всего цитируемых в авторефератах диссертаций. Более половины работ в обоих списках оказались идентичными, но объективно имеющееся расхождение потребовало провести дифференцированное изучение текстов всех аннотаций.

В рамках примененного морфологического подхода в качестве счетной единицы брались корни слов (при отсутствии аффиксов — целые слова), являющиеся производящими по отношению к группам дериватов. Так, в случае со словом «журналист» к производным от него были отнесены слова «журналистский», «журналист-практик» и т. п. Одна устойчивая аббревиатура — СМИ — была приравнена при подсчете к полному словосочетанию «средство массовой информации». При подсчете не учитывались служебные для построения каноничных формулировок аннотаций слова — «книга» («в данной книге»), «пособие» («пособие содержит»), «представление» («имеющихся представлений»), «рассмотрение» («автор рассматривает»), «студент» («предназначено студентам»), «факультет» («для факультетов»), а также слова, относящиеся к общенаучной лексике — «анализ», «исследование», «основа», «особенность», «теория» и пр. По результатам анализа в первой части выборки было выявлено 19 основных понятий, использованных в аннотациях 10 и более раз, во второй части выборки — 15 понятий.

Таблица 16.
**Понятия в аннотациях книг, наиболее востребованных российскими авторами
 диссертаций и научных статей, 2012–2016 гг.**

Аннотации топ-25 книг, цитируемых в журнальных научных статьях		Аннотации топ-25 книг, цитируемых в авторефератах диссертаций	
Понятие	Кол-во упоминаний	Понятие	Кол-во упоминаний
СМИ	37	Журналистика	22
Журналистика	28	Информация	19
Социум	28	Социум	18
Журналист	21	Журналист	15
Информация	17	Коммуникация	15
Система	17	СМИ	15
Современность	17	Текст	12
Практика	17	Система	11
Работа	16	Современность	11
Деятельность	14	Экономика	11
Коммуникация	14	Деятельность	10
Профессия	14	Политика	10
Общество	13	Профессия	10
Россия	13	Тип	10
Развитие	12	Функция	10
Функция	12	Процесс	10
Политика	11		
Метод	10		
Процесс	10		

Из таблицы 16 видно, что доминирующими понятиями являются «СМИ» («средство массовой информации») и «журналистика» (причем в аннотациях слово «журналистика» не учитывалось, если оно использовалось просто для обозначения специальности/направления подготовки или учебного заведения). Построение академического дискурса, прежде всего, вокруг данных понятий вполне коррелируется с частотой употребления таких понятий, как «развитие», «система» и «современность». Во многом это справедливо и для понятий «общество», «тип» и «функция». Но обращает на себя внимание тот факт, что понятие «медиа (массмедиа)» в совокупности нигде не попадает в топ.

Весьма популярным в аннотациях является понятие «журналист». С этим результатом вполне коррелируется частота использования понятий «деятельность», «метод», «работа», «практика», «профессия», «процесс» и «текст». Закономерно, что достаточно часто в изученных аннотациях встречаются ключевые для данной области знания понятия «информация» и «коммуникация». Отметим также среди наиболее используемых понятия «политика», «социум» и «экономика», что демонстрирует явную взаимосвязь со смежными научными сферами.

Еще один наш подход был основан на допущении, что название научной работы в подавляющем большинстве случаев четко отражает ее смысл (предполагается, что метафорические заголовки в научном дискурсе крайне редки). Таким образом, названия всех 177 работ, имеющих пять и более упоминаний в авторефератах диссертаций, трансформировались в набор слов-существительных, либо непосредственно представленных в названиях, либо являвшихся производящими для того или иного деривата (пример: информация — информационный). В итоге

из 157 существительных были выявлены понятия, упоминаемые чаще всего, а также понятия, использованные в названиях наиболее цитируемых работ, что позволило судить о структуре научного дискурса в целом.

Анализ понятий, выявляемых в названиях цитируемых работ, показывает, что из 157 идентифицированных понятий самыми используемыми являются понятия «журналистика», «Россия» и «СМИ» (см. табл. 17). При этом можно выделить ряд относительно редко встречающихся понятий, которые вызывают интерес ученых (например, «демократия», «экономика», «медиа»). Отдельно необходимо подчеркнуть феномен понятия «медиа», который, встречаясь достаточно часто (восемь упоминаний), но не входя в число самых распространенных, обеспечивает работам значительное внимание исследователей.

Таблица 17.
Понятия, представленные в названиях книг, востребованных российскими авторами диссертаций, 2012–2016 гг.

Понятие	Общее кол-во источников, названия которых содержат понятие*	Понятие	Общее кол-во упоминаний источников, названия которых содержат понятие*	Понятие	«Востребованность» понятия (отношение кол-ва упоминаний к кол-ву источников)
Журналистика	55	Журналистика	500	Демократия	22
Россия	32	Россия	255	Экономика	19
СМИ	30	СМИ	253	Медиа	14
Общество	21	Теория	211	Познание	13
История	20	Общество	188	Участие	13
Теория	20	История	164	Цензура	12
Современность	17	Коммуникации	124	Культура	11
Коммуникации	16	Современность	110	Диалог	11
Язык	14	Пресса	110	Жанры	11
Телевидение	12	Медиа	108	Классификация	11

* N=177, более пяти упоминаний

Обращаясь к анализу данных, полученных при изучении разных групп текстов, вновь отметим большое число использованных понятий, что может говорить о мозаичности вырисовывающегося объектно-предметного поля. Отрицать этого нельзя, однако если переводить анализ на уровень соотношения тематических категорий и просматривающихся внутри них групп понятий, можно зафиксировать ряд тенденций, говорящих скорее о цельности и универсальности академического дискурса.

В частности, понятия, отсылающие даже к наиболее известным теоретическим концепциям изучения медиа и коммуникации, а также связанные с исследовательской терминологией, встречаются настолько редко, что их доля в общем массиве единиц анализа находится на уровне статистической погрешности. Результаты анализа обращения к основным понятиям из разных кластеров могут свидетельствовать о том, что пока в отечественном академическом дискурсе преобладает не столько поиск (через исследование) решения проблем, сколько их обсуждение.

Полученные данные показывают, что на фоне вышеупомянутой тенденции академический дискурс концентрируется вокруг обсуждения влияния институциональных факторов и связей (обращение к проблемам культуры, политики, религии, власти) на журналистику, которая остается основным объектом и исследований, и обсуждения современных медиа (см. табл. 13, 16). При выделении проблемных зон доминируют отечественные нормативные подходы к пониманию и изучению СМИ и журналистики²⁴,

²⁴ *Корконосенко С. Г.* Теория журналистики: моделирование и применение: учеб. пособие. — М.: Логос, 2010; *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2011.

которые при расхождении ключевых авторов в деталях продолжают сохранять очевидную цельность.

Если ориентироваться на основные понятия, то также можно констатировать, что на протяжении изучаемого периода российский академический дискурс оставался в значительной степени замкнутым, наиболее сильно зависимым от таких характеристик, как филологичность (жанры, образ, тип, тематика среди наиболее часто встречающихся понятий) и нормативность (ценности, функции, диалог, творчество, воспитание, гуманизм, духовный, миссия). Ряд актуальных понятий и явлений (например, «конвергенция» и «мультимедиа») используются скорее декоративно, как актуальный контекст для ключевых направлений обсуждения. Так, изучение текстов статей показало, что их упоминание лишь несколько раз совпадало с реальным исследованием.

Важными представляются относительные показатели таких понятий, как «жанр» и «диалог» (особенно в статьях). Они, на наш взгляд, наиболее полно отражают сохраняющуюся филологичность исследовательских подходов, причем именно в ее классических проявлениях. В глобальной, прежде всего англоязычной, традиции вопросы жанров практически не выходили за пределы литературоведения и при изучении медиа и даже журналистики поднимались крайне редко. В рамках же советской, а позднее и российской традиции изучение жанровой специфики и структуры медиатекстов и медиаконтента на протяжении уже нескольких десятилетий было и остается одним из базовых направлений теоретизации²⁵.

²⁵ Пельт В. Д. Дифференциация жанров газетной публицистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984; Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — М.: Аспект Пресс, 2000; Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества. — М.: Аспект Пресс, 2011.

В понятии «диалог» наиболее показательно пересекаются нормативные и филологические доминанты отечественного академического дискурса. Хотя мы включили его в «нормативную» категорию, т. к. диалог является одним из ключевых понятий отечественной нормативной теории²⁶, в академическом сообществе признаются лингвистические и литературоведческие корни научного анализа этого феномена и отсылки к Бахтину²⁷ в работах, затрагивающих проблему диалога в журналистике и коммуникации, встречаются наиболее часто даже в рамках нашей выборки.

Важными для исследования можно считать результаты, полученные по понятию «медиа». Можно обратить внимание на то, что оно активно используется в перечнях ключевых слов в статьях, но имеет гораздо более скромные относительные показатели в других группах текстов. При этом значения понятия «журналистика» и, особенно, тесно привязанного к нему советско-российского понятия «СМИ» более стабильные. Это может свидетельствовать о сохранении в исследованиях и теоретическом осмыслении примата концепций и феноменов именно из «поля журналистики», в то время как «медиа» и связанное с ним объектно-предметное поле остаются во многом декоративными элементами научного дискурса, внешне «осовременивающими» его, но пока недостаточно изучаемыми и осмысливаемыми.

²⁶ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2011. — С. 202.

²⁷ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М.: Искусство, 1979.

2.4. Проблемы и направления развития теоретических концепций в исследованиях журналистики и медиа: позиции академического сообщества

Для создания более широкого концептуального и мировоззренческого контекста при интерпретации данных, полученных в рамках изучения научных текстов, в течение осенних месяцев 2017 г. были проведены глубинные полуструктурированные интервью с представителями отечественных академических кругов, вовлеченных в исследовательскую деятельность в заданном объектно-предметном поле. Всего было проведено 13 интервью с опытными (не моложе 40 лет) специалистами, работающими в ведущих российских университетах с реализуемыми образовательными программами по журналистике и медиакоммуникации в различных регионах страны, имеющими исследовательский опыт в области коммуникации и ученые степени не только в наиболее часто встречающихся филологических, но и в социологических и философских науках. Все они ответили на несколько групп вопросов, связанных с выявлением тенденций развития теории медиа в России – в частности, с актуальностью и существующими направлениями эмпирических и теоретических исследований в данной и смежных областях, пониманием их объекта и предмета, используемым тезаурусом, наиболее авторитетными авторами и применимыми/применяемыми теоретико-методологическими подходами.

Обработка и кластеризация полученных ответов позволили выявить несколько проблемных зон в осмыслении и изучении отечественным академическим сообществом коммуникации и медиа. Согласно заявленным позициям, выраженным

в ответах на большинство вопросов, концептуально подходы к пониманию приоритетов российской науки в заявленных областях можно разделить на две условных группы, имеющие достаточно четкие и редко пересекающиеся границы и в настоящий момент отличающиеся по масштабу.

Первую группу представлений обобщенно можно свести к очевидному (пусть и с разной степенью принципиальности) отстаиванию традиционных для позднесоветского и первых десятилетий развития российского академического дискурса тезисов об обоснованном приоритете филологических и нормативных концепций и исследований журналистики в сравнении с погружением в лишённые отечественной специфики более широкие объектно-предметные области медиа и массовой коммуникации. Во второй же условной группе, напротив, подобный подход предстает одной из ключевых проблем, тормозящих современное развитие исследований медиа в нашей стране. Предполагается, что адаптация на российской почве ключевых зарубежных научных парадигм и отдельных концепций и интеграция в процесс решения актуальных сегодня универсальных научных вопросов будут иметь для отечественного академического сообщества очевидный положительный эффект. Первая группа в настоящий момент имеет в российском научном дискурсе очевидный приоритет, что подтверждается, в частности, результатами обработки данных, представленными в предыдущих параграфах.

С методологической точки зрения, присутствующее разделение нам представляется корректным обозначить уже в начале параграфа, чтобы заранее подготовить объяснение разброса во мнениях по целому ряду ключевых вопросов. Иногда мнения

отражают не столько разницу в научных подходах (как, например, при обсуждении отдельных положений теории медиа в пределах представлений из второй группы), сколько различия в мировоззрении отдельных ученых.

От теории журналистики к теории медиа: есть ли движение? Исходя из результатов, представленных в параграфах 2.1 и 2.2, эта проблема кажется нам чрезвычайно актуальной. Мы не говорили об исследованиях «медиа» в названии этой главы, ограничившись упоминаниями «журналистики» и «массовой коммуникации». Основанием для такого решения стали, в частности, собранные данные, которые показали, что в российских научных текстах слово «медиа» отдельно и со всеми возможными производными появляется очень часто. Однако анализ других наиболее часто встречающихся слов, определяющих, по сути, объектно-предметное поле изученных работ, показывает, что используется оно в большинстве случаев «декоративно», именно как слово, а не как понятие. То есть реальным объектом изучения «медиа» и связанные с ним(и) феномены становились крайне редко.

Обработка ответов, полученных в рамках проведенных интервью, во многом подтверждает эти выводы. При формулировке вопросов мы специально давали максимально широкое, с нашей точки зрения, понятие («теория медиа») и пространство для размышлений. И ответы показывают, что у большинства специалистов «комфортная зона» при теоретизации и в исследовательской работе находится чаще всего в областях, связанных с более привычной «журналистикой». Немного радикальной позицией, но не противоречащей общим для выделенной выше первой группы представлениям, можно считать, например, такое отношение

к самому слову «медиа», лишаящее его необходимого для научного осмысления концептуального наполнения.

В постмодернистское время расплывается все, включая терминологию. Целеполагание расплывчато, отсюда и рассинхронизация в понятиях <...> А слово «медиа» и все его многочисленные производные — это чисто постмодернистское явление. (Респондент [далее — P] 11)²⁸

В этом контексте становится понятным, почему ряд ответов уводят обсуждение проблемы в сферу журналистики/публицистики.

Теория медиа, ну, конечно, теоретически она существует как наука, но мне представляется более важным интерес к существованию и развитию теории публицистики. (P9)

Наверно, если выделить теорию журналистики, то все остальное будет теорией медиа. Теория журналистики изучает процессы, которые связаны с реализацией журналистики как особого вида деятельности, который опирается на особый род литературы — публицистику. (P13)

Последняя цитата (и она не единственная в этом плане) затрагивает и еще одну тенденцию, на которую мы обращали внимание в предыдущих параграфах, — сохраняющуюся и проявляющуюся в научной работе филологичность (даже литературоцентричность) и нормативность ее теоретико-методологического аппарата. В ответах, на основе которых была выделена условная первая группа представлений, обнаруживается очевидная цельность подходов, в том числе при выделении объектно-предметных приоритетов и наиболее авторитетных авторов.

²⁸ При представлении результатов сохранена анонимность принимавших участие в исследовании экспертов, каждому из них для цитирования присвоен уникальный порядковый номер.

В первом случае в ответах среди наиболее часто использованных понятий оказались «жанры», «функции», (социальный) «институт», «творчество», «социум», «автор», «профессия», «публицистика», «текст», «аудитория», «диалог», «манипуляция», «(медиа)система».

Формальное ограничение, форма журналистского произведения, это жанр. И здесь — как ни крути — есть своя специфика, такие лакуны — пересечения, допустим, с литературой, литературно-художественные жанры. Но есть и чистое поле — и теория жанров на третьем уровне отработана, она очень четко и чисто описывает разные жанры. (P1)

Термин «творчество» и глагол «творить». Смысл и смысло-творчество. Долг и служение. Результат и результативность. (P12)

Среди необходимых для формирования теоретических основ научной работы авторов в ответах первой группы чаще всего упоминались Е. Л. Вартанова, В. Л. Иваницкий, С. Г. Корконосенко, Л. Е. Кройчик, Е. П. Прохоров, Л. Г. Свитич, А. А. Тertyчный. Пересечение с данными, полученными при исследовании текстов диссертаций и статей, очень сильное, что, с одной стороны, подтверждает приведенные в предыдущих параграфах результаты, а с другой — позволяет говорить об устойчивости выявленных российских традиций. В отдельных случаях встречаются даже представления об их самодостаточности, которые подпадают под весьма суровую критику в ответах из условной второй группы.

Теория публицистики, на мой взгляд, понятие более широкое, чем теория медиа. Мне кажется, что теория публицистики — составная часть теории литературы, она туда примыкает в большей степени. Теория медиа, с моей точки зрения (я не западник, я не исповедую западную веру, хотя я признаю ее суще-

ствование), теория медиа представляется мне более схоластичной, потому что там есть какая-то более жесткая регламентация. (Р9)

Для российского дискурса такая позиция актуальна, потому что встретишь кучу людей, которые будут рассказывать, что теория журналистики существует. Я не очень люблю дробные структуры, и, с точки зрения теории, медиа соотносится со всеми этими теориями как общее с частным. Теория журналистики в значительной степени опирается на часть работ о теории медиа – по крайней мере, на работы американских функционалистов. Они, правда, говорят о медиа, а русские – про журналистику. Но, в сущности, имеют в виду одно и то же. Мне кажется, базой для теории журналистики в России послужила идея о том, что журналистика – это профессия. И мне кажется, что... теория журналистики стоит чуть ниже теории медиа, потому что не затрагивает макроаспект, но затрагивает микроаспекты – например, журналистского труда, где есть аспекты, взятые из психологии творчества, профессии, социологии профессии, это, в общем, частности. В моем понимании теория журналистики – это теория креативной работы, на которой можно строить огромное количество выводов внутри теории журналистики. Просто их не строят, потому что эту теорию выводили с нуля сами. Но если бы при ее создании опирались на какие-то существовавшие работы, то выяснили бы, что журналистский труд мало чем отличается с точки зрения сущностных особенностей от труда во многих других профессиях. Например, актера, режиссера. Но специалисты не очень думали об этом, потому что работали на факультетах журналистики и у них не было четкого стремления смотреть за пределы своей предметной области. Но если бы

вышли, то теория журналистики слилась бы с теориями многих других профессий, которые условно можно назвать креативными. (P4)

Вышеприведенные цитаты отражают, как мы уже отмечали, принципиальные расхождения, связанные не всегда даже с профессиональными, сколько с мировоззренческими различиями в позициях их авторов. Однако обработка ответов показывает, что рефлексия над отражающимися в академическом дискурсе теории журналистики исследовательскими проблемами приводит к заключениям, которые для носителей представлений первой группы могут считаться самокритичными.

Методологическая неразбериха, мешанина, эклектика. Отсюда кальки с других наук. Журналистика — вид деятельности, который вбирает все. И это переносится на ее исследования. Ясно одно — большинство наших коллег (сужу по конференциям) занимаются текущим «журналистиковедением». И кто о чем. Описательность везде — она обычно маскируется под тот самый «комплексный подход», а какова валидность, релевантность данных? И все это не делает нашу науку уважаемой. Единого научного аппарата действительно нет. (P11)

Если нет единства понятийного аппарата, то нет науки. Эмпирических исследований нет, понятийный аппарат сомнительный — а наука ли это? Наши критики задают нам вопрос и очень трудно им возражать. (P8)

Не знаю, есть ли какая-то идентичность у постсоветской теории. И есть ли она вообще как таковая. (P10)

Обсуждение складывающейся ситуации логично приводит к поиску возможностей расширения теоретических и эмпирических исследований за пределы, которые мы описывали на

протяжении этой главы, — от теории журналистики к условной «теории медиа». Но выстраивать сценарии этого движения пока сложно, поскольку существуют складывавшиеся десятилетиями институциональные ограничения. Одно из них — профессиональная замкнутость.

Я не вижу каких-то сейчас сложившихся школ, направлений. Но все это в плане журналистики (журналисты это делают), что мне не очень нравится, честно скажу, но мне понятно, почему это происходит. На заре моей социологической юности, еще в начале 1980-х годов, я столкнулся с социологами-спортсменами. Это такая закрытая каста, где работают только бывшие спортсмены, и они занимаются спортом высших достижений. Интересная тема. Это такая небольшая группа людей, они друг друга знают очень хорошо, десятка полтора их, они между собой коммуницируют, они все из спорта вышли... Вот, в принципе, социология журналистики в этом же... Или теория журналистики, как угодно назовите. Это тоже закрытая каста, связанная с профессиональной деятельностью тех людей, которые там работают. Вот такое возможно в принципе, но, на мой взгляд, отдавать это на откуп журналистам не совсем верно. Потому что получается так, что те, кто занимается социологией СМИ, социологией журналистики, по большому счету, не являются социологами. Они не публикуются в социологических журналах, они не выступают на социологических профессиональных конференциях, они не входят в социологические сообщества. (P6)

Все всегда изучали у нас медиатексты — жанры, стилистику — поэтому филологической наукой считается журналистская наука, хотя в наши дни какая она филологическая. Но по инерции так идет и идет. (P8)

Другой важнейшей проблемной зоной остается отсутствие не только интегрированности, но даже концептуальной связанности отечественного академического дискурса с глобальным.

Проблема понятийного аппарата. Говорить о том, что уже сложилась какая-то полноценная системная теория медиа на глобальном, национальном уровне преждевременно еще и потому, что есть существенный разрыв между отечественной практикой, академической практикой теории медиа, и зарубежной. Если говорить не только о теории медиа, но и о теории массовых коммуникаций, подавляющая часть академического сообщества, может, не видели и не читали ключевые работы, на которых базируется журналистское образования. Кто знает Уилбура Шрамма по теории массовых коммуникаций, например? Его ключевые работы на русском языке не выходили. Ну, вот мы знаем Маклюэна, мы знаем Лумана — хорошо. Но какие-то ключевые фигуры, которые являются ключевыми для западной теории медиа, даются нам только в каком-то хрестоматийном ключе, через запятую со всеми остальными. Да, есть отдельные примеры, некоторые переводы некоторых важных работ действительно вызвали резонанс в академической среде. Но очень многие работы просто не переведены. То, что для наших западных коллег является очень важным, для нас представляется чем-то второстепенным. Второе: проблема языкового разрыва. Мне кажется, что именно переводы важны в первую очередь. Перевод в данном случае организует коллективную практику обсуждения. Просто знание языка — индивидуально мы все будем в курсе, но разные понимания могут складываться, практики индивидуального прочтения. Перевод выводит нас на публичные дискуссии. (P5)

На Западе с этим направлением лучше все же. Мы переводим лучшие книги, мы их цитируем, что-то заимствуем. Но тяжело приживается, ибо многие у нас приводят цитаты, не читая оригинал текста целиком. (P11)

Интересно, что эти оценки специалистов пересекаются и с полученными нами при изучении отечественных научных текстов данными. Так, например, мы обратились к результатам одного из самых масштабных метаисследований, проведенного американскими экспертами по теории массовой коммуникации Д. Брайантом и Д. Майрон²⁹, в рамках которого они выделили наиболее часто используемые авторами научных статей теории как на протяжении второй половины XX столетия, так и на рубеже XX—XXI веков. В таблице 18 можно увидеть результаты поиска упоминаний этих теорий в статьях в восьми российских научных журналах, опубликованных в 2012–2016 гг. Учитывалось любое упоминание теории, которое может быть отнесено к формированию теоретико-методологической базы или развитию теоретических концепций. Нельзя не заметить, что уровень использования актуальных для глобального научного поиска теоретических концепций оказывается невысоким.

²⁹ Bryant J., Miron D. Theory and Research in Mass Communication // *Journal of Communication*. — 2004. — Vol. 54, iss. 4. — P. 662–704.

Таблица 18.

**Упоминания наиболее востребованных за рубежом,
согласно данным Д. Брайанта и Д. Майрона, теорий медиа и коммуникации
в проанализированных статьях российских исследователей о медиа**

Теории (по использованию во второй половине XX века)	Российские показатели по выборке, N=831	Теории (по использованию в начале XXI века)	Российские показатели по выборке, N=831
Обретение пользы и удовлетворение потребностей (Uses and Gratifications)	-	Фрейминг (Framing)	4
Установление повестки дня (Agenda Setting)	13	Установление повестки дня (Agenda Setting)	13
Гипотеза культивации (Cultivation Theory)	-	Гипотеза культивации (Cultivation Theory)	-
Социальное научение (Social Learning)	-	Теории медиации/опосредования (Mediation Models)	-
Марксистские	-	Эффект третьего лица (Third Person Effects)	-
Диффузия инноваций (Diffusion of Innovations)	3	Обретение пользы и удовлетворение потребностей (Uses and Gratifications)	-
Внешние расширения человека (McLuhan's Sense-Extension)	6	Социальное научение (Social Learning)	-
Когнитивное развитие (Piagetian Theory)	-	Избирательное восприятие/ селективное влияние (Selective Exposure)	-

Возможно, именно ограниченное знакомство с зарубежной теоретической мыслью становится одной из причин скептического отношения к теории медиа или даже к самому понятию «медиа», некоторые примеры которого мы приводили выше.

Обращает на себя внимание и медленная адаптация к современной проблематике и привязанность к привычным подходам при обсуждении даже новых феноменов.

Когда мы говорим о теории медиа, то мы говорим о теории некоторой функциональной общественной подсистемы, которая обеспечивает текущую большую или меньшую сбалансированность функционирования социума здесь и сейчас... Идеальная теория медиа, конечно, должна быть нормативной, это понятно. (P2)

Привычная нормативность предполагается даже при выходе из поля теории журналистики. Такие представления могут формировать еще одну группу ограничивающих факторов.

Наша отечественная наука слишком высококобой что ли является. Есть такое негласное деление всей предметной области на предметы, достойные изучения, и предметы, недостойные изучения. Вот, скажем, изучать аналитические жанры в журналистике достойно, а изучать жанры кроссвордов, некрологов и анекдотов недостойно. Серьезные, качественные и аналитические издания — это нормальные предметы исследования, а что-то желтое — нет. Вот телевидение давайте изучать, а Instagram — это несерьезно. Какое-то такое негласное деление предметной области на серьезную и несерьезную... То есть, опять же, институциональная вещь. Мне кажется, вот эти стандарты высококобости как раз устанавливаются вот этими традициями, традиции как раз определяются институционально. Все-таки реальность —

это не столько история становления газеты «Красная звезда», реальность — это Instagram, реальность — это YouTube, реальность — это рэп-батлы. (P5)

А, например, Интернет, социальные медиа? С этим, я уверен, все совсем плохо: на большей части журфаков социальные медиа, скорее всего, как предмет исследования можно использовать в случае, если берешь, например, паблики газет. Потому что это паблики СМИ, журналистика, все дела. А если будешь просто исследовать паблики или профили людей в соцсетях, то обязательно найдутся те, кто на защите скажет, что это не журналистика никакая, поэтому не сюда. Скажешь — а где тогда это изучать? Ответят, что где угодно, только не у нас. (P4)

Перечисленные проблемные зоны формируют сегодня актуальный институциональный контекст российского научного дискурса исследований журналистики, массовой коммуникации и медиа. Однако анализ полученных ответов показывает также, что необходимость расширения объектно-предметного поля становится все более признаваемой и в академическом сообществе идет осмысление путей развития исследовательской мысли и особенностей той теоретической базы, которая начинает при этом формироваться.

Проблематика и особенности формирования российских медиакоммуникационных теорий. Выход за пределы осмысления коммуникационных феноменов и процессов с позиций «науки о журналистике» в объектно-предметное поле медиа должен, по мнению представителей обеих выделенных нами групп, привести к активизации эмпирических и теоретических исследований в рамках широкого круга концептуальных подходов.

При этом, конечно, будут сильно ощущаться сразу несколько почти неизбежных условий научной работы, которые, можно на-

звать не только российскими, но и универсальными, влияющими также и на глобальную науку. К ним, например, можно отнести вопросы, связанные с очень высоким уровнем междисциплинарного взаимодействия, необходимым для формирования цельного эмпирического и теоретического знания о коммуникации и медиа.

Нашей сферой занимаются как минимум пять предметных полей. Психологи (психология креативности), например, отчасти социологи (есть сфера социологии массовых коммуникаций), политологи (теория политического параллелизма), отчасти философы (медийная философия Бодрийяра). То есть огороды очень разные... <И возникает> эта проблема, связанная с организационной структурой российской науки, которая засунута в прокрустово ложе этих глупых классификаций, которые в междисциплинарке вредны. (P4)

Теория медиа она в общем-то напрямую никак не привязана ни к одной научной дисциплине. Нельзя сказать, что это область исключительно социологов, психологов или кого-то еще, экономистов, политологов. Есть разрозненные исследования в рамках той парадигмы, которая доминирует в научной области сейчас. Если мы хотим какую-то сложившуюся теорию медиа, то нужно каким-то образом пытаться выстраивать диалог между всеми теми исследователями действительно разных наук, которые что-то говорят и что-то делают. Куда институционально вписать эти исследования? Каждый будет заниматься в своем академическом дискурсивном пространстве, что-то вырабатывать в соответствии с нормами и традициями своей эпистемической практики. Но можно ли будет тогда вести речь о целостной теории медиа? Тогда будет просто такая механическая сумма. Может быть, так и должно быть. (P5)

В отдельных случаях междисциплинарность может оказаться и негативным фактором при формировании теоретических концепций.

Про несовершенства. Если мы считаем, что теория медиа междисциплинарна, то нет общего языка. И в общем-то такое расхождение в трактовке общих понятий даже в рамках одной парадигмы, в рамках одной школы. В отечественной точно. Про западную я не могу сказать, насколько там возникает терминологический конфликт. Вот этот момент преодолим? Или это естественное состояние? Это характерно же не только для теории медиа, а практически для всех междисциплинарных областей. (P5)

Еще есть вопрос важный: какой должна быть структура теории. Я считаю, что теория должна быть полипарадигмальной, а не мультидисциплинарной. Если мультидисциплинарная — науки нет. Есть дисциплины разные, которые обращены к одному объекту и его изучают. А если есть подходы, парадигмы разные научные, то в рамках науки они могут сосуществовать. (P8)

Она не должна позиционировать медиа как некоторый уникальный феномен, не рядоположенный другим по характеру схожим общественным феноменам. Дальше — она должна быть транспонируема с теориями параллельных феноменов. И она должна показывать, что один и тот же объяснительный и инструментальный аппарат работает для всего ряда теории. (P2)

Поднятые проблемы объясняют, почему немногие ответы содержали попытки дать определения медиа, вокруг которых и должно формироваться обновляемое объектно-предметное поле. Возможно, это связано еще и с тем, что в настоящее время имеющиеся в российской науке терминологическое многообра-

зие даже выше, чем за рубежом, и попытки осмысления феномена медиа часто упирались в противопоставление с более традиционными и по-прежнему широкого используемыми понятиями, вроде СМИ.

Так или иначе, для меня медиа — это все, что понимается как медиа в модели коммуникации Вестли-Маклина. То есть это любой социальный субъект, который стоит между миром аудитории, испытывающим потребности в ориентации в окружающем мире, и миром событий, при этом между ними, между миром субъектов и миром событий, отсутствует прямая связь. Вот это — медиа. (P2)

Я для себя вынес, что медиа — это технические посредники. Есть коммуникация face to face, то есть непосредническая, есть коммуникация посредническая. Медиа — это посредники, все, что стоит между человеком и чем-то иным — чаще всего, другим человеком. В этой связи, мне кажется, это посредник общественных отношений. Я считаю, что понятие СМИ себя изжило, это просто удобное клише, но не более того. На мой взгляд, уже не работающее. Потому что не понятно, где у нас тут есть СМИ. Поэтому заменить это на медиа — наверно, будет современнее. Но добавит ли это для понимания, сути — не знаю. (P6)

В моем понимании понятие СМИ в значительной степени условно, потому что провести четкую границу между СМИ и другими массовыми коммуникациями я не могу. Провести четкую границу между газетой и кино сложно, я не уверен, что с точки зрения коммуникативных теорий мы будем в состоянии это сделать. Другое дело, что СМИ — термин индустриальный. И нужно четко понимать различие подходов в индустриальных терминах и неиндустриальных. Индустриальный термин медиа тоже есть —

под ним, к сожалению, подразумевается СМИ. Тогда как существует еще коммуникационный рынок (реклама, связи с общественностью). Строго говоря, это разделение весьма условно, но оно существует, мы его употребляем в отраслевом ключе. Но никто не обязан его применять в теоретическом ключе. (P4)

И если ответить, что является объектом, то это все, что способствует контакту человека с другими людьми, между собой и т. д. История медиа — это история контактирования людей посредством разных технических средств. Сегодня это и кино, и наружная реклама, и игры. Вот это расширение и определяет, что мы должны учитывать всех технических посредников. (P12)

Наиболее часто используемый при осмыслении понятия «медиа» концепт — «посредник». Во многом именно это представление определяет те направления развития эмпирических исследований и теоретического осмысления медиа, которые появлялись в ответах наиболее часто. Одно из них можно отнести к хорошо развитой на Западе парадигме политической экономии медиа и массовой коммуникации, что, по всей видимости, актуально для отечественных специалистов и как значимый элемент обоснования важности нормативных теорий журналистики.

Теория нужна потому, что многое скрыто, и есть катаклизмы. Нужно понимать природу субъектов, их мотивы, интересы. Правила явные и неявные. Усиление форм контроля над медиа приводит к тому, что появляются новые неконтролируемые медиа. Медиа порождают социальные группы, которые хотят контролировать содержание, но всегда будет противодействие. (P10)

Медиа и СМК я не разделяю. Это средства, которые используются для достижения определенных целей. Хотя коммуникация вообще может быть и без цели. У медиа всегда есть цель. (P11)

Предмет теории медиа — тип посредника и то, какие социальные изменения он вызывает. В любом случае, мы изучаем природу посредника и мотивы и интересы социальных групп, порожденных этим посредником. И борьбу этих групп за власть и влияние, или против этого. (P1)

Объектом в данном случае всегда выступают отношения. И это отношения по поводу производства, распределения и потребления, вполне очевидно, особых продуктов медиасистемы и ее элементов. Это то, что изучает теория медиа. И в этом случае мы говорим о том, что эти отношения могут складываться вокруг политического измерения, измерения социальных неравенств в производстве и потреблении, экономического измерения и так далее. Это, с моей точки зрения, базовый объект в теории медиа... В данном случае <предметом> будут разного рода способы, инструменты (и так далее) реализации этих отношений. (P2)

Например, технологические условия, экономические условия, от смены которых зависит содержание медийного продукта. У нас это не изучается практически, то есть политэкономия СМИ и массмедиа — у нас же этого направления вообще нет. У нас есть экономика, медиаэкономика, экономические чисто факторы. А как экономические условия влияют на содержание? Конечно же, должна быть оценка и анализ деятельности масмедиа не с точки зрения того, хорошо ли они доход приносят, а с точки зрения того, что в итоге получается. (P8)

Еще одно важное направление — усиление лингвистических исследований.

С моей точки зрения, на журфаках множество направлений есть, которое эти журфаки не охватывают, — например, дискурс-исследования, фрейминг, остальные лингвистические теории ме-

диа. Какие-то филологи этим занимаются, но отдельные. Либо у нас стилистика языка, но это отдельная тема и коммуникативных аспектов там мало, либо это за пределами журфаков раскидано по школам, подразделениям, которые занимаются языковыми практиками. (P4)

Теория медиа — большое поле, а теория журналистики — его часть. Нельзя понять природу журналистики без природы посредника. Журналист должен понимать тип канала, поскольку тип канала иницирует тип аудитории. Символическое содержание — это про журналистику, и он должен понимать, что он делает. Язык его послания должен быть понятен людям... Из школ — Тартуская. О символическом мире — Лотман. Это база для понимания посредников. (P10)

Очевидна необходимость расширения работы в эмпирической социологической парадигме, особенно в ситуации, когда некоторые специалисты отмечают возможность влияния современных медиа на изменения предмета исследования не только социологии массовых коммуникаций, но и социологической науки в целом.

Я думаю, что это социальные проблемы и вызовы социального развития, поскольку теория медиа относится к социальным теориям. Предмет данной теории — более узкая сфера, я думаю, им выступают взаимоотношения между социальным развитием и коммуникативными инструментами общества. Условно говоря, теория медиа — это попытка ответить на вопрос: как связаны социум и коммуникативные инструменты, которые этот социум использует. Во всех их проявлениях, включая политические режимы, формирование ценностей и т. д. Это макровопрос. Грубо говоря, объектом у нас является социальная теория, внутри нее

есть этот пласт, который мы называем коммуникативными инструментами социума. (Р4)

На мой взгляд, медиа — это более социологичная категория, чем какая-либо из всех заявленных. Все-таки массовая коммуникация тесно связана со СМИ, с теми процессами, которые описывает журналистика. Все-таки медиа — это термин не журналистский, а скорее социологический. И рассматривается в контексте общества. И скорее на уровне средовых условий, это элемент социальной среды. Это не вписывается в цепочку журналистика—коммуникация—массовая коммуникация—СМИ. На мой взгляд, медиа — концепт не из этой теории, я бы его поместил в условия функционирования жизни людей. Есть биологические, географические, культурные и вот медийные. Уровень медийного проникновения — это элемент среды. Но это накладывает существенный отпечаток. Вся социология строится на двух основных понятиях: социальный статус и социальная роль. Каждый из нас имеет социальный статус. Он связан с правами, обязанностями, ответственностью — медиа здесь ничего не меняет. Роль — действия, нормы, ожидания. Вот тут происходят изменения. Социальная роль под воздействием технических средств меняется. Наши действия, практики, нормы меняются, ожидания меняются. А выполнение ролей приводит к изменению социума, в котором мы живем. И задача социологии — понять, что происходит. Мне кажется, что медиа выступает фактором изменения предмета социологии. Социология — это наука, которая пытается понять, как люди создают общество, в котором они живут, как общество влияет на людей. Медиа — один из факторов, который сейчас меняет социальную практику людей, и через это меняет общество, то есть предмет, которым занимается социология. Для меня это

больше социологический ракурс. Но я не вижу какого-то обобщающего фактора на поле медиалогии. (Р6)

И во всех направлениях необходимо гораздо активнее обращаться к тем феноменам, которые принято называть «новыми медиа».

Но революцию новых медиа пока очень трудно осознать, потому что она действительно носит революционный характер, за счет усиления людей, у которых ранее не было никакого коммуникационного статуса. Например, когда телевизор вышел, появилась возможность делать потребительское общество, потому что людям можно продавать помимо мозга через ощущения, прогнозировать и создавать спрос на свои товары. А новые медиа делают какое-то совершенно другое общество, на мой взгляд, и для этого нужна новая теория. И теория информационного общества — это очень ранняя, очень слабенькая попытка его концептуализировать. И в этом смысле мы оказались опять немножко в темном лесу, потому что явно происходят колоссальные изменения. И это место заполняется разными крутыми исследованиями, которые тем не менее не делают погоды пока. (Р3)

Для меня это социальные последствия проникновения технических средств коммуникации. Это эффект, это медиатизация как процесс. Как это влияет на то общество, в котором мы живем. Например, люди сейчас много времени проводят в соцсетях. Это общество делает лучше или хуже? Я в данном случае огрубляю — но имею в виду, более прогрессивным, современным, развитым элементом? Это социальная практика. Появились новые социальные связи. И вот они делают общество более стабильным или нет? Это все вопросы, на которые должна отвечать теория. Не уверен, что медиалогия, но социология — да. (Р6)

При этом специалисты предостерегают от возможных перегибов, которые могут возникнуть в случаях, когда борьба с «описательностью» в научной деятельности приведет к доминированию сбора как можно большего объема эмпирических данных. Теоретические разработки должны, на их взгляд, базироваться на максимально разнообразном исследовательском инструментарии.

Исследовательская практика представлена у нас в основном социологическими же исследованиями: размер аудитории, контент-анализ медиа и так далее. В основном это количественные методики. А теории медиа являются, скорее, интерпретативными, то есть построенными, скорее, на понимании и объяснении. Здесь, мне кажется, больше феноменологии, чем позитивизма, если опять же обратиться к тем ключевым работам и авторам. Это методологический разрыв между эмпирическими исследованиями и теоретическими. Мы видим, что те эмпирические данные, которые у нас есть, полученные именно таким образом и представленные именно в таком виде, не поддаются качественной интерпретации. Скажем, социальный конструктивизм — то же самое. Он-то основан на изучении кейсов. Где столько кейсов набрать, кто их делает? То есть их можно набрать чисто гипотетически, они могут быть представлены в большом количестве, но их нет. Опять же та самая институциональная проблема. И вторая проблема — перевод полученных эмпирических данных в другую дисциплинарную область. Как можно построить эпистемологическую теорию медиа на основе количественных данных? (P5)

Последний вопрос, который логично завершает размышления исследователей о новом этапе развития теоретического

знания о медиа и коммуникации, конечно, сводится к тому, что же становится результатом проделанной работы, как можно охарактеризовать формирующуюся теорию или группу теорий. Полученные на эту группу вопросов ответы систематизировать наиболее сложно, так как разброс мнений о характеристиках и даже самой возможности существования условной теории медиа пока очевидно велик.

Настоящей теории медиа нет. Назовем ее медиалогия. Почему ее нет? Ведь социальные науки в принципе, мне кажется, должны иметь какое-то приложение, направлены на то, чтобы сделать мир лучше. В этой связи я не вижу той социальной силы, социальных субъектов, которые могли бы этой теорией воспользоваться. И для чего: что в данном случае мы пытаемся улучшить с помощью этой теории? Самое медиа? Не знаю... (P6)

А проблема в том, что сама теория медиа, условно будем так называть, маргинальна. Не совсем понятно, что здесь является проблемой. Еще одна важная традиционная причина — само предметное поле очень динамичное. Медиа развиваются настолько стремительно, что ни один теоретик не успевает осмысливать. Только вроде бы сформировали какое-то знание — например, о ЖЖ, как ЖЖ уже не ЖЖ. Сейчас говорят, что переживает смерть Twitter. Пока мы начинаем что-то осмыслять на теоретическом уровне, выстраивать более-менее стройные концепции, скажем, Web2.0 уходит, приходит Web3.0 и так далее. (P5)

Теория медиа и теория массовых коммуникаций очень близки, потому что не существует немедиатизированных массовых коммуникаций. В моем понимании, существуют два вида коммуникации — медиатизированные и немедиатизированные. Первые —

это медиа, вторые — все другие виды коммуникации, в которых не существует отдельного носителя, технического устройства или посредника, через которого мы получаем информацию. Грубо говоря, речь не является медиа с этой точки зрения, она является средством коммуникации — но не медиа. Поэтому сфера речи — это отдельный предмет изучения, в том числе психолингвистов, психологов отчасти. Хотя, безусловно, какие-то инструменты, связанные с речью, мы можем использовать в теории медиа. Все остальное — медитатизированные коммуникации, в них используется какой-то технический посредник: бумага, девайс (хронограф, телевизор, фотоаппарат, гаджеты). (P4)

Если буквально, то теория коммуникаций — более широкое понятие, а теория медиа является ее частью. (P10)

С моей точки зрения, это предметное поле — коммуникационная теория и теория медиа — для меня это одно и то же. Хотя я понимаю, что если рисовать диаграмму, или гистограмму, или какую-то еще картинку, то, наверное, теория коммуникаций шире, чем теория медиа. Но эту границу очень сложно провести, потому что язык — это тоже медиа. И с моей точки зрения, и потому, что это вообще первое изобретение человеческое, которое дает начало теории медиа. И, конечно, основной объект — это, как мне кажется, взаимодействие. То есть что такое коммуникация? Это когда мы взаимодействуем с другими людьми посредством чего-то. И в данном случае процесс того, как мы взаимодействуем, — это коммуникация, какая бы она ни была. Значит, все взаимодействие, которое происходит между нами, это все коммуникация. (P3)

Безусловно, обнаруженные в последней группе цитат расхождения не являются наиболее важными из полученных нами

и представленных в этой главе результатов. В целом анализ объектно-предметного поля и теоретико-методологической базы изученного корпуса научных текстов и обобщение наиболее показательных тенденций, проявившихся в ответах полученных в рамках глубинных полуструктурированных интервью с представителями академического сообщества, выявляют определенную ограниченность современного научного поиска, сконцентрированного на журналистике и не очень часто выходящего за пределы филологических и нормативных подходов. На этом фоне очевидна и еще одна его ключевая черта – минимальная включенность представителей отечественного исследовательского сообщества разных поколений в актуальный глобальный исследовательский контекст. Это проявляется, в частности, в ограниченном использовании наиболее востребованных у зарубежных исследователей теорий.

Результаты исследования дополняют оценки процесса развития теорий журналистики, массовой коммуникации и медиа в отечественном научном сообществе, данные в предшествующих обзорных работах по этой проблеме и первой главе нашей книги, и во многом совпадают с ними. Их авторы признают важность влияния фактора так называемой «девестернизации»³⁰ российских исследовательских традиций, внутреннего ощущения их самодостаточности внутри академических кругов, которую приведенные нами количественные показатели также подтверждают. При этом все-таки обратим внимание на то, что

³⁰ Curran J., Park M.-J. (eds.) *De-Westernizing Media Studies*. – London: Routledge, 2000.

в отдельных группах ученых усиливается осмысление связанных с этим проблем и необходимости расширения российской теоретико-методологической базы медиакоммуникационных исследований.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Очевидно, что на рубеже XX—XXI вв. изменение теоретических парадигм идет медленнее, чем преобразование медиасистем, как зарубежных, так и отечественной. Это связано со спецификой научного осмысления реальности, поскольку науке необходим достаточный объем свежих эмпирических данных для формулирования гипотез и последующего построения теории. Кроме того, свое влияние на состояние академического дискурса оказывают приоритеты институциональных акторов — факультетов, отделений и кафедр журналистики российских вузов, которые сегодня в первую очередь вовлечены в процесс реформирования журналистского образования и в меньшей степени сосредоточены на реализации научных проектов.

Изучение генезиса научных подходов к формированию теории медиа, выполняемое в рамках проекта, позволило очертить его траекторию. В прошлом отечественные ученые неоднократно предпринимали попытки наиболее точно обозначить область исследований медиа. Определение уникального пространства исследований с самостоятельным теоретико-концептуальным и методологическим аппаратом привело к образованию достаточно стабильной и развитой системы теоретической рефлексии — «теории журналистики». Однако в контексте цифровых преобразований и активного расширения медиасферы ее широкое и полноценное применение оказалось невозможным. Продолжение научной работы привело авторов к необходимости поиска адекватных обозначений отраслевых дисциплин — в результате возникли и получили распространение различные названия («коммуникативистика», «медialogия»

и др.). Расширение рамок эмпирических исследований и возможностей теоретических построений выявило различия отечественной и зарубежной науки о СМИ, актуализировало для отечественного академического сообщества задачу идентификации национальной школы исследователей журналистики и СМИ.

В этих условиях в рамках проекта была предпринята попытка выявить тенденции концептуализации и развития теоретических и эмпирических представлений о журналистике, массовой коммуникации и медиа в российском исследовательском сообществе, выделить ключевые характеристики современных отечественных исследований массовой коммуникации, определяющих текущие и перспективные направления ее развития. Эмпирическими объектами исследования стали авторефераты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика из электронной базы Российской государственной библиотеки (РГБ) и открытых баз данных, а также статьи о проблемах функционирования журналистики и массовой коммуникации, опубликованные в восьми российских научных журналах («Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика», «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика», «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика», «Вестник Томского государственного университета. Филология», «Вопросы теории и практики журналистики», «Известия Уральского Федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культу-

ры», «Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки»). Период исследования охватил 2012–2016 гг.

Проведенное эмпирическое исследование показало, что пласт информации, содержащейся в классических и актуальных иноязычных текстах, монографиях и научных статьях, посвященных исследованиям и теориям массовой коммуникации и медиа, сегодня остается фактически невостребованным отечественными авторами, поскольку используется лишь небольшое количество переведенных на русский язык работ. Это означает недоступность значительного объема теоретического и эмпирического знания для российских ученых и влияет на трансформацию теоретических концепций в отечественной научной практике.

Рассмотрение отечественных научных работ в области журналистики и массовой коммуникации, учитывающее сегментацию научного знания в зависимости от уровня обобщения информации, указывает на несбалансированность его структуры. Анализ научного аппарата авторефератов диссертаций выявляет принципиальное доминирование эмпирических исследований над исследованиями, которые условно можно отнести к группе теоретических.

Можно также зафиксировать определенную замкнутость российского академического дискурса, а также такие характеристики, как филологичность и нормативность, констатировать своеобразную контекстуальность использования актуальных понятий, отсутствие их глубокого осмысления в современных отечественных исследованиях. Кроме того, очевидно, что ученые зачастую обращаются к анализу информации и информационных процессов, а не к изучению процесса коммуникации, активнее

пишут собственно о СМИ, а не о медиа. При этом центральное для обсуждаемой теории понятие «медиа» активно используется в списках ключевых слов в изученных научных статьях, однако существенно меньше представлено в других группах изученных текстов, если проводить сравнение относительных показателей. Полученные данные позволяют строить обоснованные предположения о сохранении в исследованиях разных типов примата концепций и феноменов из «поля журналистики».

Обработка и кластеризация материалов глубинных полуструктурированных интервью с представителями ведущих российских университетов в различных регионах страны, вовлеченными в исследовательскую деятельность в заданном объектно-предметном поле и имеющими достаточный научный опыт, позволили выявить несколько проблемных зон в осмыслении и изучении коммуникации и медиа, выделить условные две группы взглядов на изучаемые вопросы. Первая группа представлений связана с отстаиванием традиционных для отечественного академического дискурса конца XX — начала XXI веков тезисов об обоснованном приоритете филологических и нормативных концепций и исследований журналистики в сравнении с погружением в объектно-предметные области медиа и массовой коммуникации. Вторая группа рассматривает данный подход как одну из основных проблем на пути развития медиаисследований в России, видит возможной и перспективной адаптацию в отечественном контексте ключевых зарубежных научных парадигм и отдельных концепций.

В целом результаты проведенного исследования подтверждают и расширяют полученные ранее оценки процесса развития теорий журналистики, коммуникации и медиа в российском научном сообществе.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Карты-схемы

Приложение 2. Научные работы, наиболее часто упоминаемые в авторефератах диссертационных исследований и научных статьях, опубликованных в 2012–2016 гг.

Приложение 3. Библиографический список

Карты-схемы

**Упоминание в авторефератах кандидатских
и докторских диссертаций, защищенных в 2012–2016 гг.,
работ российских и зарубежных исследователей (в %, N=177)**



Упоминание в статьях о медиа, опубликованных в 2012–2016 гг., работ российских и зарубежных исследователей (в %, N=177)

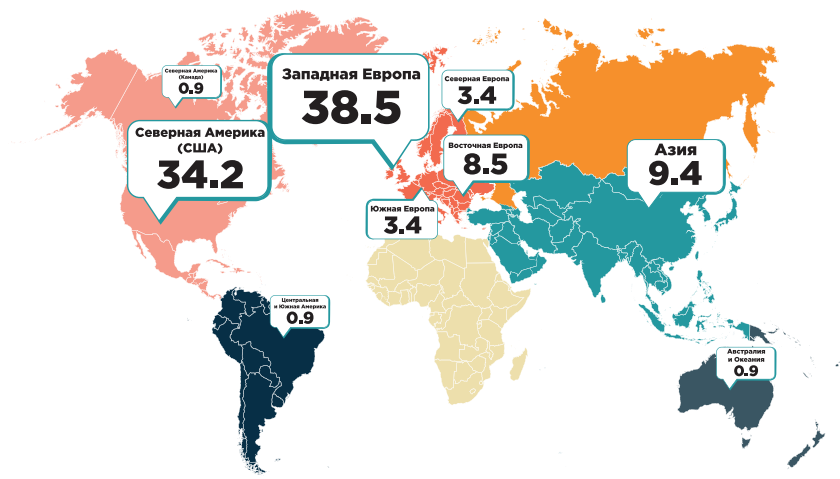


**Доля ссылок на работы отечественных ученых
в исследуемых авторефератах
кандидатских и докторских диссертаций
(результаты пилотного этапа исследования, в %, N=177)**



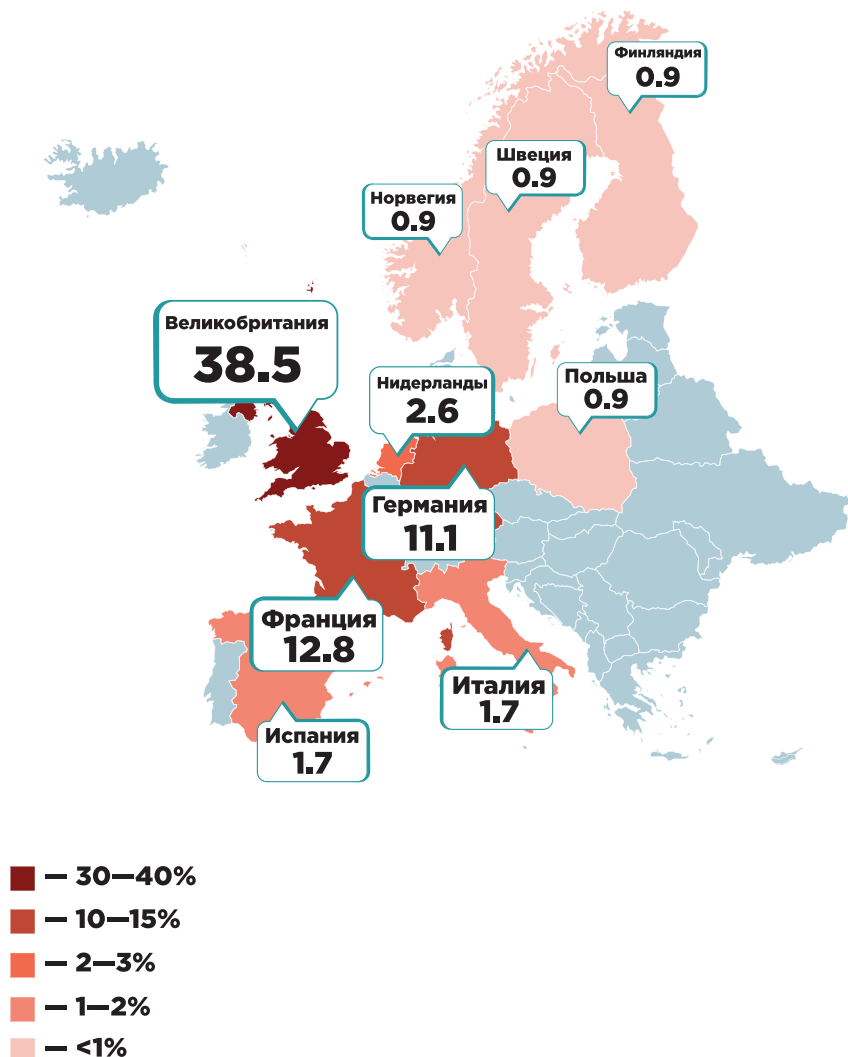
- — 60—70%
 - — 10—15%
 - — 2—3%
 - — 1—1.9%
 - — <1%
- 11.5% — другие города/регионы

**Доля ссылок на работы зарубежных ученых
в исследуемых авторефератах
кандидатских и докторских диссертаций
(результаты пилотного этапа исследования, в %, N=177)**



- Азия
- Европа
- Северная Америка
- Латинская Америка
- Африка
- Австралия и Океания

**Доля ссылок на работы европейских ученых
в исследуемых авторефератах
кандидатских и докторских диссертаций
(результаты пилотного этапа исследования, в %, N=177)**



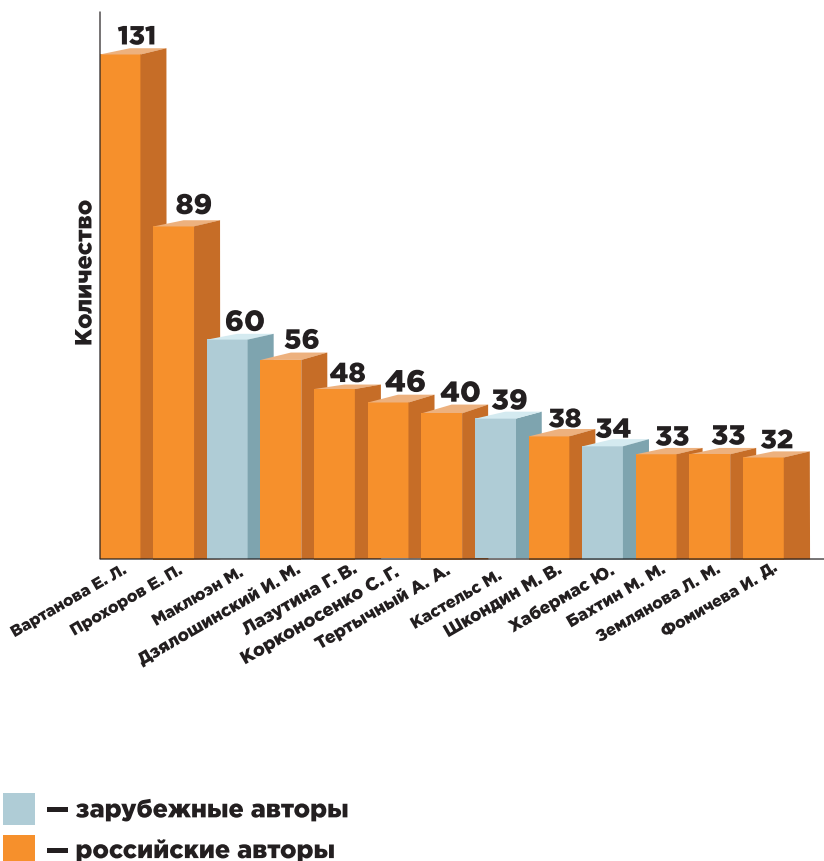
**Определение отечественными авторами
области исследований медиа в научных текстах
(по данным РИНЦ, 2018 г.)**



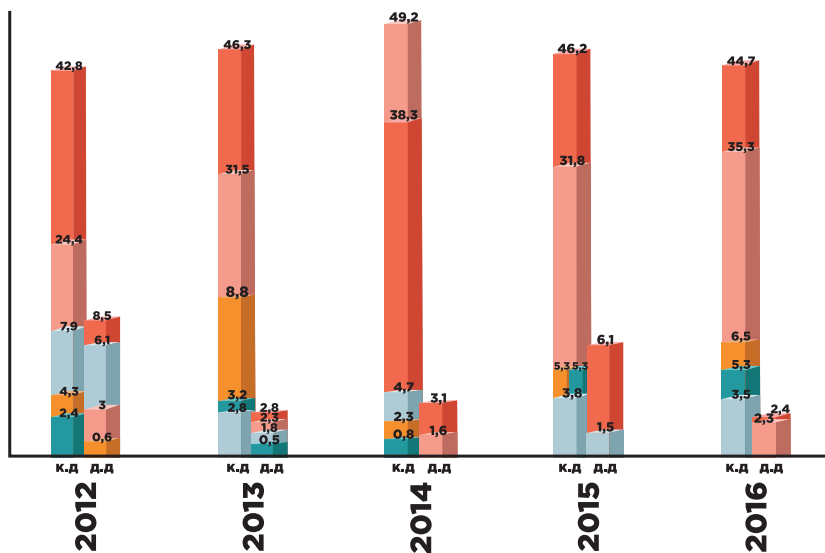
**Основные понятия, наиболее часто используемые
в научных статьях, посвященных медиа,
массовым коммуникациям, журналистике
(результаты пилотного этапа исследования, 2012—2016 гг., N=831)**



Авторы, чаще других упоминаемые в научных статьях, посвященных медиа, массовым коммуникациям, журналистике (2012–2016 гг., N=831, в единицах)



**Доля кандидатских и докторских диссертаций,
объектом и предметом которых являются отдельные элементы
модели коммуникации
(в % от общего числа диссертаций по каждому году)**



■ — Коммуникатор
■ — Контент
■ — Канал

■ — Эффекты
■ — Другое

к.д — кандидатская диссертация
 д.д — докторская диссертация

Приложение 2.

**Научные работы, наиболее часто упоминаемые
в авторефератах диссертационных исследований
и научных статьях, опубликованных в 2012–2016 гг.**

Автор	Название	Место издания	Год
Прохоров Е. П.	Введение в теорию журналистики	Москва	1995*
Маклюэн М.	Понимание медиа: внешние расширения человека	Москва	2007 (1964)**
Вартанова Е. Л.	Медиаэкономика зарубежных стран	Москва	2003
Засурский Я. Н. (ред.)	Система средств массовой информации России	Москва	2001
Кастельс М.	Информационная эпоха: экономика, общество и культура	Москва	2000 (1996)
Тертычный А. А.	Жанры периодической печати	Москва	2000
Корконосенко С. Г.	Основы журналистики	Москва	2001
Шкондин М. В. Реснянская Л. Л. (ред.).	Типология периодической печати	Москва	2007
Вартанова Е. Л.	Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики	Москва	2013
Лазутина Г. В.	Основы творческой деятельности журналиста	Москва	2000
Лукина М. М. (ред.)	Интернет-СМИ: теория и практика	Москва	2010

Автор	Название	Место издания	Год
Тоффлер Э.	Третья волна	Москва	1999 (1980)
Засурский Я. Н.	Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2007	Москва	2007
Вартанова Е. Л.	Теория СМИ: Актуальные вопросы	Москва	2009
Кастельс М.	Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе	Екатеринбург	2004 (2001)
Калмыков А. А. Коханова Л. А.	Интернет-журналистика	Москва	2005
Прохоров Е. П.	Журналистика и демократия	Москва	2001
Маклюэн М.	Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего	Москва	2005 (1962)
Кройчик Л. Е.	Система журналистских жанров (глава в учебном пособии)	Санкт-Петербург	2000
Акопов А. И.	Методика типологического исследования периодических изданий	Иркутск	1985
Корконосенко С. Г.	Теория журналистики: моделирование и применение	Москва	2010
Лукина М. М. Фомичева И. Д.	СМИ в пространстве Интернета	Москва	2005

От теории журналистики к теории медиа

Автор	Название	Место издания	Год
Мансурова В. Д.	Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации	Барнаул	2002
Иваницкий В. Л.	Модернизация журналистики: методологический этюд	Москва	2010
Луман Н.	Реальность массмедиа	Москва	2005 (1996)
Засурский И. И.	Масс-медиа второй республики	Москва	1999
Лазутина Г. В. Распопова С. С.	Жанры журналистского творчества	Москва	2011
Свитич Л. Г.	Феномен журнализма	Москва	2000
Фомичева И. Д.	Социология СМИ	Москва	2007
Сметанина С. И.	Медиатекст в системе культуры	Санкт-Петербург	2002
Липпман У.	Общественное мнение	Москва	2004 (1922)
Уэбстер Ф.	Теории информационного общества	Москва	2004 (1995)
Шкондин М. В.	Система средств массовой информации как фактор общественного диалога	Москва	2002
Щепилова Г. Г.	Реклама в СМИ: история, технологии, классификация	Москва	2010
Сиберт Ф. Питерсон Т. Шрамм В.	Четыре теории прессы	Москва	1998 (1956)

Автор	Название	Место издания	Год
Цвик В. Л.	Телевизионная журналистика: история, теория, практика	Москва	2004
Олешко В. Ф.	Журналистика как творчество	Москва	2003
Бурдые П.	О телевидении и журналистике	Москва	2002
Тертычный А. А.	Аналитическая журналистика	Москва	2009
Дзялошинский И. М.	Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям	Москва	2006
ван Дейк Т.	Язык. Познание. Коммуникация	Москва	1989
Бакулев Г. П.	Массовая коммуникация. Западные теории и концепции	Москва	2010
Добросклонская Т. Г.	Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ	Москва	2008
Землянова Л. М.	Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов	Москва	2004
Брайант Дж. Томпсон С.	Основы воздействия СМИ	Москва	2004
Вартанова Е. Л. (ред.)	Основы медиабизнеса	Москва	2009
Кузнецов Г. В. Цвик В. Л. Юровский А. Я.	Телевизионная журналистика	Москва	2002
Валгина Н. С.	Теория текста	Москва	2003

От теории журналистики к теории медиа

Автор	Название	Место издания	Год
Мисонжников Б. Я.	Феноменология текста (соотношение содержательных и формальных структур печатного издания)	Санкт-Петербург	2001
Корконосенко С. Г. (ред.-сост.)	Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия	Санкт-Петербург	2004
Тоффлер Э.	Шок будущего	Москва	2002 (1970)
Ким М. Н.	Технология создания журналистского произведения	Санкт-Петербург	2001
МакКуэйл Д.	Журналистика и общество	Москва	2013
Вартанова Е. Л. (ред.)	СМИ в меняющейся России	Москва	2010
Горохов В. М.	Закономерности публицистического творчества	Москва	1975
Федотова Л. Н.	Социология массовой коммуникации	Москва	2002
Hallin D. Mancini P.	Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics	Нью-Йорк	2004
Гуревич С. М.	Экономика отечественных СМИ	Москва	2004
Качкаева А. Г. (ред.)	Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные	Москва	2010

Автор	Название	Место издания	Год
Лазутина Г. В.	Профессиональная этика журналиста	Москва	2000
Прохоров Е. П.	Искусство публицистики	Москва	1984
Кара-Мурза С. Г.	Манипуляция сознанием	Москва	2000
Бахтин М. М.	Эстетика словесного творчества	Москва	1979
Гавра Д. П.	Основы теории коммуникации	Санкт-Петербург	2011
Березин В. М.	Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия	Москва	2003
Прохоров Е. П.	Исследуя журналистику	Москва	2002
Эко У.	Отсутствующая структура. Введение в семиологию	Санкт-Петербург	2004
McQuail D.	McQuail's Mass Communication Theory	Лондон	1983
Вершинин М. С.	Политическая коммуникация в информационном обществе	Санкт-Петербург	2001
Грабельников А. А.	Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы	Москва	2000
Ковалева М. М.	Отечественная журналистика: вопросы теории и истории	Екатеринбург	2000
Стровский Д. Л.	Отечественная журналистика новейшего периода	Москва	2012

От теории журналистики к теории медиа

Автор	Название	Место издания	Год
Акопов А. И.	Некоторые вопросы журналистики: история, теория, практика	Ростов-на-Дону	2002
Авраамов Д. С.	Профессиональная этика журналиста	Москва	1999
Тоффлер Э.	Метаморфозы власти	Москва	2002 (1990)
Вартанова Е. Л. (ред.)	Медиасистема России	Москва	2015
Карасик В. И.	Языковой круг: личность, концепты, дискурс	Волгоград	2002
Корнилов Н. А.	Журналистика на рубеже тысячелетий	Ростов-на-Дону	1999
Рихтер А. Г.	Правовые основы журналистики	Москва	2002
Гальперин И. Р.	Текст как объект лингвистического исследования	Москва	1981
Орлова В. В.	Глобальные телесети новостей на информационном рынке	Москва	2003
Бахтин М. М.	Вопросы литературы и эстетики	Москва	1975
Коломиец В. П.	Медиасоциология: теория и практика	Москва	2014
Акопов А. И.	Типологические признаки сетевых изданий	Ростов-на-Дону	2000
Ворошилов В. В.	Журналистика	Москва	1998
Голядкин Н. А.	История отечественного и зарубежного телевидения	Москва	2011
Добросклонская Т. Г.	Язык средств массовой информации	Москва	2008

Автор	Название	Место издания	Год
Дугин Е. Я.	Местное телевидение: типология, факторы и условия формирования программ	Москва	1982
Костомаров В. Г.	Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа	Санкт-Петербург	1996
Проница Е. Е.	Психология журналистского творчества	Москва	2003
Солганик Г. Я.	Стилистика текста	Москва	1997
Шейгал Е. И.	Семиотика политического дискурса	Москва	2004
Засурский Я. Н. Вартанова Е. Л. (ред.)	Средства массовой информации постсоветской России	Москва	2002
Пуя А. С. Бодрунова С. С. (ред.)	Медиакратия: современные теории и практики	Санкт-Петербург	2013
Реснянская Л. Л. (ред.)	СМИ и политика	Москва	2007
Бакулев Г. П.	Конвергенция медиа и журналистика	Москва	2002
Саппак В. Ф.	Телевидение и мы: Четыре беседы	Москва	1963
Добросклонская Т. Г.	Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи	Москва	2000
Харрис Р.	Психология массовых коммуникаций	Санкт-Петербург	2002

От теории журналистики к теории медиа

Автор	Название	Место издания	Год
Дзялошинский И. М.	Медиапространство России: пробуждение Соляриса	Москва	2012
Фролова Т. И.	Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество	Москва	2014

* год первого издания;

** год российского издания (год оригинального издания).

Библиографический список

1. *Акопов А. И.* Некоторые вопросы журналистики: история, теория и практика. — Ростов н/Д: ООО «Тура»; НПК «Гефест», 2002.
2. *Александров Л. Г.* Основы журналистики: учеб. пособие. — Челябинск: Челябинск. гос. ун-т, 2005.
3. *Аникина М. Е.* Трансформирующиеся журналистские культуры в России: исследовательский подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2012. — № 4. — С. 7–22.
4. *Анненкова И. В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.
5. Антропология медиа: теория и практика / под ред. *В. К. Мальковой, В. А. Тишкова.* — М.: ИЭА РАН, 2016.
6. *Ахмадулин Е. В.* Основы теории журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2016.
7. *Ахмадулин Е. В.* Основы теории журналистики. — М.: МарТ, 2008.
8. *Багдикян Б.* Монополия средств информации американского политэкономиста. — М.: Прогресс, 1987.
9. *Багиров Э. Г.* Очерки теории телевидения. — М.: Искусство, 1978.
10. *Бакулев Г. П.* Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. — М.: Аспект Пресс, 2010.
11. *Бакшин В. В.* Основы журналистики. — М.: ФЛИНТА; Наука, 2009.
12. *Баранова Е. А.* Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие. — М.: Юрайт, 2014.
13. *Бахтин М. М.* Эстетика словесного творчества. — М.: Искусство, 1979.
14. *Башаратьян М. К.* Коммуникативистика: библиогр. указ. — М.: Рус. энциклопедия, 2002.
15. *Беглов С. И.* Четвертая власть: британская модель. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.

16. *Беленко В. Е.* Современные средства массовой информации: типологический аспект: учеб. пособие. — Новосибирск: Новосибирск. гос. ун-т, 2009.
17. *Бережная М. А.* Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. — СПб: Изд-во СПбГУ, 2009.
18. *Бережной А. Ф.* Ленинская журналистика: некоторые вопросы теории и факты истории: статьи. — Л.: Лениздат, 1989.
19. *Березин В. М.* Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М.: РИП-холдинг, 2003.
20. *Богомолова Н. Н.* Социальная психология массовой коммуникации. — М.: Аспект Пресс, 2008.
21. *Борецкий Р. А.* Осторожно, телевидение: научно-публицистические заметки. — М.: ИКАР, 2002.
22. *Бурдые П.* Социальное пространство: поля и практики: сб. ст. / сост., общ. ред. перевода и посл. *Н. А. Шматко.* — М.: Ин-т эксперимент. социологии, 2005.
23. Буржуазные теории журналистики: Критический анализ / под ред. *Я. Н. Засурского.* — М.: Мысль, 1980.
24. Проблемы теории печати / под ред. *В. Д. Пельта.* — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973.
25. *Бусленко Н. И.* Правовые основы журналистики: словарь-справочник. — Ростов-н/Д: Феникс, 2006.
26. *Быков А. Ю.* Теоретико-методологические подходы к исследованию журналистики // Извест. Уральск. гос. ун-та. — 2008. — № 56. — С. 172–186.
27. *Ван Дейк Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. — М.: Прогресс, 1989.
28. *Вартанов С. А.* Динамика развития медиаиндустрии России в 2000–2014 гг.: общие тренды и взаимосвязь с макроэкономи-

- ческими показателями // Медиаскоп. – 2015. – Вып. 3. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/1831>
29. *Вартанова Е. Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: Аспект Пресс, 2003.
30. *Вартанова Е. Л.* О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 7–26.
31. *Вартанова Е. Л.* От теорий прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2018. – № 3(2). – С. 5–16.
32. *Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
33. *Вартанова Е. Л.* Северная модель в конце столетия. Печать, телевидение и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997.
34. *Вартанова Е. Л.* Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2015. – № 6. – С. 5–26.
35. *Вартанова Е. Л.* Теория медиа как перекресток научных подходов и методов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7. № 1. – С. 165–176.
36. *Вартанова Е. Л.* Теория СМИ: Актуальные вопросы. – М.: МедиаМир, 2009.
37. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 1980.
38. *Велитченко С. Н.* Медийный словарь: проблемы функционирования и развития // Медиаскоп. – 2012. – Вып. 1. – Режим доступа: <http://mediascope7.mediascope.ru/?q=node/1029>

39. *Винер Н.* Кибернетика или управление и связь в животном и машине. — М.: Сов. радио, 1968.
40. *Волков А. И., Пугачева М. Г., Ярмолюк С. Ф.* Пресса в обществе (1959–2000). Оценки журналистов и социологов. Документы. — М.: Моск. шк. полит. исследований, 2000.
41. *Вороненкова Г. Ф.* Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (национальное своеобразие средств массовой информации Германии). — М.: Языки рус. культ., 1999.
42. *Ворошилов В. В.* Журналистика. — М.: КноРус, 2009.
43. *Вырковский А. В.* Новые исследовательские задачи в области медиаменеджмента и медиаэкономики России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2016. — № 6. — С. 209–229.
44. *Вырковский А. В.* Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-новых массмедиа: процессный подход. — М.: МедиаМир, 2016.
45. *Гавра Д. П.* Основы теории коммуникации: учеб. пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб: Питер, 2011.
46. *Гнатюк О. Л.* Основы теории коммуникации: учеб. пособие. — 2-е изд., стер. — М.: КноРус, 2017.
47. *Горохов В. М.* Закономерности публицистического творчества. — М.: Мысль, 1975.
48. *Грабельников А. А.* Работа журналиста в прессе: учеб. пособие для вузов. — М.: РИП-холдинг, 2007.
49. *Грабельников А. А.* Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. — М.: РИП-холдинг, 2001.
50. *Грабельников А. А., Минаева О. Д.* История русской периодической печати (1703–2003): библиогр. справочник: в 2 т. — М.: РИП-холдинг, 2004.

51. *Гринберг Т. Э.* Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели технологии, синергетический эффект. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012.
52. *Гринберг Т. Э., Горохов В. М.* Реклама и паблик рилейшнз в системе теории массовых коммуникаций // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. – 2002. – № 1. – С. 58–65.
53. *Громова Л. П., Бадалян Д. А.* История русской журналистики XVIII–XIX веков / под ред. *Л. П. Громовой*. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2003.
54. *Грушин Б. А.* Массовое сознание. – М.: Политиздат, 1987.
55. *Гуревич П. С.* Буржуазная пропаганда в поисках теоретического обоснования. – М.: Политиздат, 1978.
56. *Гуревич С. М.* Карл Маркс и современная пресса. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
57. *Гуревич С. М.* Основы научной организации журналистского труда. – М.: Высш. шк., 1987.
58. *Гуревич С. М.* Экономика отечественных СМИ. – М.: Аспект Пресс, 2004.
59. *Гуреева А. Н.* Междисциплинарность теоретических концепций в российских и зарубежных исследованиях процесса медиатизации // Медиаскоп. – 2017. – Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2388>
60. *Дзялошинский И. М.* Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов: моногр. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013.
61. *Дзялошинский И. М.* Медиапространство России: пробуждение Соляриса. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2012.
62. *Дзялошинский И. М.* Российская журналистика в поисках модели развития // Роль прессы в формировании в России гражд-

- данского общества / отв. за вып. *М. Дзялошинская*. — М.: Инт-гуманит. коммуникац., 1999.
63. *Дзялошинский И. М.* Современное медиапространство России. — М.: Аспект Пресс, 2015.
64. *Дзялошинский И. М., Шариков А. В.* О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России // *Медиаскоп*. — 2017. — Вып. 3. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2342>
65. *Дидковская В. Г.* Лингвокультурный типаж «журналист» в словаре и массовой литературе // *Проблемы истории, филологии, культуры*. — 2014. — № 3(45). — С. 110–112.
66. *Добросклонская Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. — М.: УРСС, 2005.
67. *Долгин А. А.* Экономика символического обмена. — М.: Инфра, 2006.
68. *Дунас Д. В.* Академический медиадискурс: актуальные тенденции развития в России // *МедиаАльманах*. — 2016. — № 2. — С. 12–21.
69. *Дунас Д. В.* К вопросу о классификации теорий СМИ // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. — 2011. — № 4. — С. 27–41.
70. *Дунас Д. В.* Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. — 2016. — № 1. — С. 103–119.
71. *Дускаева Л. Р.* Диалогичность современных газетных текстов в аспекте речевых жанров. — Пермь: Изд-во Пермск. ун-та, 2003.
72. *Дэннис Э., Мэррилл Д.* Беседы о масс-медиа. — М.: Рос.-амер. информ. пресс-центр; Вагриус, 1997.
73. *Евстафьев В. А.* Журналистика и реклама: основы взаимодействия: опыт теоретического исследования. — М.: ИМА-пресс, 2001.

-
74. *Егоров В.* Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. — М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1997.
 75. *Есин Б. И.* История русской журналистики (1703–1917): учеб.-метод. комплект. — М.: ФЛИНТА; Наука, 2000.
 76. *Есин Б. И.* История русской журналистики XIX в. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.
 77. *Жирков Г. В.* История цензуры в России XIX–XX вв. — М.: Аспект Пресс, 2001.
 78. Журналистика в буржуазном обществе / под ред. *Я. Н. Засурского*. — М.: Мысль, 1976.
 79. *Засурский И. И.* Масс-медиа второй республики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.
 80. *Засурский И. И.* Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001.
 81. *Засурский Я. Н.* Испытание свободой. Российская журналистика: 1990–2007. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007.
 82. *Засурский Я. Н.* Колонка редактора. 50 лет десталинизации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2003. — № 6. — С. 3–6.
 83. *Землянова Л. М.* Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
 84. *Землянова Л. М.* Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке. — М.: МедиаМир, 2012.
 85. *Землянова Л. М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: толковый словарь терминов и концепций. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.

86. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.
87. *Землянова Л. М.* Современная американская коммуникативистика. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1995.
88. *Иваницкий В. Л.* Модернизация журналистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
89. *Иваницкий В. Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ. — М.: Аспект Пресс, 2010.
90. Индустрия российских медиа: цифровое будущее / *Варганова Е. Л., Вырковский А. В., Смирнов С. С., Макеев М. И.* — М.: Медиа-Мир, 2017.
91. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие / под ред. *М. М. Лукиной.* — М.: Аспект Пресс, 2010.
92. История отечественной журналистики. Вторая половина 80-х годов XX в. Хрестоматия / под ред. *Я. Н. Засурского.* — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009.
93. История печати: Антология: в 3 т. — М.: Аспект Пресс, 2001, 2002, 2008.
94. История русских медиа 1989–2011. — М.: Афиша, 2011.
95. История русской журналистики XVIII–XIX вв. / под ред. *А. В. Запорова.* — М.: Высш. шк., 1973.
96. *Кастельс М.* Галактика Интернет. — Екатеринбург: У-Фактория; Изд-во Гуманит. ун-та, 2004.
97. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: ГУ ВШЭ, 2000.
98. *Кашкин В. Б.* Введение в теорию коммуникации. — М.: ФЛИНТА, 2013.

99. *Кессарийский Э. П.* Журналистский словарь. — Н. Новгород: Нижполиграф, 2001.
100. *Ким М. Н.* Жанры современной журналистики. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004.
101. *Ким М. Н.* Основы теории журналистики. — СПб: Питер, 2013.
102. *Кин Д.* Средства массовой информации и демократия. — М.: Наука, 1993.
103. *Кириллова Н. Б.* Медиакультура: теория, история, практика. — М.: Акад. проект, 2008.
104. *Кириллова Н. Б.* Медиасреда российской модернизации. — М.: Акад. проект, 2005.
105. *Кирия И. В.* Методика научных исследований СМИ. — М.: Фак. журн. МГУ, 2004.
106. *Кирия И. В., Новикова А. А.* История и теория медиа: учебник для вузов. — М.: ГУ ВШЭ, 2017.
107. *Киселев А. Г.* Теория и практика массовой информации. Подготовка и создание медиатекста. — СПб: Питер, 2011.
108. *Князев А. А.* Энциклопедический словарь СМИ. Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технологии *et cetera*: дефиниции, термины, концепции, справочные материалы. — Бишкек: Изд-во КРСУ, 2002.
109. *Ковалева М. М.* Отечественная журналистика: вопросы теории и истории. — Екатеринбург: Тип. УрГУ, 2000.
110. *Кожемякин Е. А.* Основы теории коммуникации: учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2013.
111. *Козыбаев С.* Масс-медиа: словарь-справочник. — Алматы: Экономика, 2007.
112. *Колесниченко А. В.* Зарубежные исследования аудитории прессы. — М.: Фак. журн. МГУ, 2009.

113. Коломиец В. П. (ред.). Телерекламный бизнес: информационно-аналитическое обеспечение. — М.: Междунар. ин-т рекламы, 2001.
114. Коломиец В. П. Медиасоциология: теория и практика. — М.: АЦ Vi; ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014.
115. Кольцова Е. Ю. Социологические исследования в рекламной деятельности. — СПб: СПб-филиал ГУ ВШЭ, 2006.
116. Конецкая В. П. Социология коммуникации: учебник. — М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997.
117. Коновалова О. В. Основы журналистики. — М.: МарТ, 2005.
118. Корконосенко С. Г. Нормативные теории журналистики // Теории журналистики в России: зарождение и развитие / под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб: Изд-во СПбГУ, 2014.
119. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. — М.: Аспект Пресс, 2001.
120. Корконосенко С. Г. Основы теории журналистики. — СПб: Изд-во СПбГУ, 1995.
121. Корконосенко С. Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование: учеб. пособие. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004.
122. Корконосенко С. Г. Российские исследования журналистики: не однородные и не чужеродные для международного контекста // Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте / отв. ред. и сост. С. Г. Корконосенко. — СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2013. — С. 13–22.
123. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. — М.: Логос, 2010.
124. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: от схематизма к реализму // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5. № 4. — С. 536–545.

125. *Корконосенко С. Г., Кудрявцева М. Е., Слуцкий П. А.* Свобода личности в массовой коммуникации: моногр. — СПб: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2010.
126. *Коротков А. В., Шамина О. А.* Журналистика как наука: от предметной области к преподаванию // Вестн. МГИМО-Университета. — 2011. — № 1(16). — С. 300–308.
127. *Короченский А. П.* «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. — Ростов н/Д: Междунар. ин-т журналистики и филологии, 2002.
128. *Короченский А. П.* Медиакритика в теории и практике журналистики. — Ростов н/Д: Изд-во Ростов. ун-та, 2003.
129. *Коханова Л. А., Калмыков А. А.* Основы теории журналистики. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
130. *Кравченко А. И.* Краткий социологический словарь. — М.: Проспект, 2011.
131. *Красноярова О. В.* Новые термины в теории журналистики и массовой коммуникации: процессы формирования и принципы функционирования // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4. № 3. — С. 229–238.
132. *Кройчик Л. Е.* Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2000.
133. *Кузнецов И. В.* История отечественной журналистики (1917–2000). — М.: Наука; ФЛИНТА, 2002.
134. *Курносова И. М., Макаров В. И.* Словарь: учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец.: русский язык и литература, филология, культура, журналистика. — М.: Высш. шк., 2010.
135. *Кучерова Г. Э.* Очерки теории зарубежной журналистики (XIX — первая половина XX вв.). — Ростов н/Д: ИЦ «Комплекс», 2000.

136. *Лазутина Г. В.* Основы творческой деятельности журналиста. — М.: Аспект Пресс, 2010.
137. *Лазутина Г. В., Распопова С. С.* Жанры журналистского творчества. — М.: Аспект Пресс, 2011.
138. *Лапшина Г. С.* Очерки из истории отечественной журналистики 1870-х гг. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009.
139. *Левунова М. В.* Словарь современного российского журналиста. — Новосибирск: НГУ, 2016.
140. Личность и межличностное общение в сети Интернет: сб. ст. / под ред. *Волохонского В. Л., Зайцевой Ю. Е., Соколова М. М.* — СПб: Изд-во СПбГУ, 2007.
141. *Лозовский Б. Н.* «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию. — Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2001.
142. *Лозовский Б. Н.* Журналистика и средства массовой информации: краткий словарь. — 2-е изд., испр. и доп. — Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2007.
143. *Лозовский Б. Н.* Журналистика как специфическая репрезентация действительности // Извест. УрГУ. — 2006. — № 40. — С. 27–37.
144. *Лукина М. М.* Новая жизнь старых газет: как пресса приспосабливается к новому читателю // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2006. — №. 3. — С. 52–59.
145. *Любимов Б. И.* Общественное вещание: британская модель. — М.: ВК, 2006.
146. *Макеенко М. И.* Направления трансформации теоретических подходов в российских исследованиях влияния цифровизации на медиа // Медиаскоп. — 2018. — Вып. 3. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2463>

-
147. *Маккуэйл Д.* Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа // *Назаров М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: Аванти плюс, 2003.
 148. *Маклюэн М.* Галактика Гуттенберга. Становление человека печатающего. — М.: Фонд «Мир», 2005.
 149. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека. — М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц»; «Кучково поле», 2003.
 150. *Мансурова В. Д.* Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. — Барнаул: Изд-во Алтайск. ун-та, 2002.
 151. Массовая информация в советском промышленном городе / под общ. ред. *Б. А. Грушина, Л. А. Оникова.* — М.: Изд-во полит. лит., 1980.
 152. *Махонина С. Я.* История русской журналистики начала XX века. — М.: ФЛИНТА, 2011.
 153. Медиакратия: современные теории и практики / под ред. *А. С. Пую и С. С. Бодруновой.* — СПб: Изд-во СПбГУ, 2013.
 154. Медиасистема России / под ред. *Е. Л. Варгановой.* — М.: Аспект Пресс, 2015.
 155. *Мельник Г. С.* Основы творческой деятельности журналиста. — СПб: Питер, 2008.
 156. *Мельник Г. С.* Mass Media: Психологические процессы и эффекты. — СПб: Изд-во СПбГУ, 1996.
 157. *Мирошников Ю. И.* Аксиологическая структура социокультурной коммуникации. — Екатеринбург: Банк культурной информации, 1998.
 158. *Михеев Ю. Э., Шестерина А. М., Видная О. Е., Зверева Е. А., Нечаева М. В.* Теория и практика журналистики: учеб.-метод. пособие. — Тамбов: Изд-во ТГУ, 2006.

159. *Мишурис А. Л.* Теория и практика советской журналистики. — М.: Фак. журн. МГУ, 1964.
160. *Мишурис А. Л.* Учеб.-метод. пособие по курсу «Теория и практика партийной и советской печати». — М.: Фак. журн. МГУ, 1957.
161. *Муратов С. А.* Пристрастная камера. — М.: Аспект Пресс, 2004.
162. На службе монополий: Информационно-пропагандистский комплекс стран капитала / под ред. *Я. Н. Засурского*. — М.: Мысль, 1977.
163. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. — М.: ЛИБРОКОМ, 2010.
164. *Назарчук А. В.* Теория коммуникации в современной философии. — М.: Прогресс-Традиция, 2009.
165. *Науменко Т. В.* Социология массовой коммуникации: учеб. пособие. — СПб: Питер, 2005.
166. Национальные модели информационного общества / под ред. *Е. Л. Вартановой*. — М.: ИКАР, 2004.
167. *Нозль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания: моногр. / пер. с нем. — М.: Мысль, 1996.
168. *Овсепян Р. П.* История новейшей отечественной журналистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та; Наука, 2005.
169. *Олешко В. Ф.* Журналистика как творчество. — М.: РИП-холдинг, 2005.
170. *Олешко В. Ф.* Моделирование в журналистике: теория, практика, опыт: моногр. / отв. ред. *Л. М. Макушин*. — Екатеринбург: Изд-во Уральск. ун-та, 2000.
171. *Орлова Е. И.* Литература, журналистика и филология: поле взаимодействия // Русская литература и журналистика в движении времени. Ежегодник кафедры истории русской литературы и журналистики / под ред. *Г. С. Лапшиной, Е. И. Орловой, И. Е. Прохоровой*. — М.: Фак. журн. МГУ, 2012.

172. Основные понятия теории журналистики (новые подходы к проблеме) / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993.
173. Основы медиабизнеса / под ред. Е. Л. Варгановой. — М.: Аспект Пресс, 2009.
174. Пасти С. Российский журналист в контексте перемен. Медиа Санкт-Петербурга. — Тампере: Ун-т Тампере, 2004.
175. Пельт В. Д. Дифференциация жанров газетной публицистики: учеб.-метод. пособие. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984.
176. Петраш А. И. О естественнонаучном подходе к теории и философии журналистики. — М.: ИМИР, 2010.
177. Полуэхтова И. А. Телевидение и общество: введение в социологию телевидения. — М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2007.
178. Попов А. В. Блоги: новая сфера влияния. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008.
179. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. — М.: СмартБук, 2009.
180. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
181. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. — М.: Аспект Пресс, 2011.
182. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. — М.: РИП-холдинг, 2001.
183. Прохоров Е. П. Исследуя журналистику. Теоретические основы, методология, методика и техника работы исследователя журналистики. — М.: РИП-холдинг, 2002.
184. Прутцков Г. В. Введение в мировую журналистику. Антология: в 2 т. — М.: Омега-Л, 2003.
185. Рантанен Т. Глобальное и национальное. Масс-медиа к коммуникации в посткоммунистической России. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

186. *Рашкофф Д.* Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. — М.: Ультра. Культура, 2003.
187. *Реснянская Л. Л.* Двухсторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. — М.: Пульс, 2001.
188. *Реснянская Л. Л.* Общественный диалог и политическая культура общества. — М.: Пульс, 2003.
189. *Реснянская Л. Л., Фомичева И. Д.* Газета для всей России. — М.: ИКАР, 1999.
190. *Рихтер А. Г.* Правовые основы журналистики. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002.
191. *Розин В. М.* Визуальная культура и восприятие: Как человек видит и понимает мир. — М.: УРСС, 2004.
192. *Романовский И.* Масс-медиа: словарь терминов и понятий. — М.: СЖР, 2004.
193. *Руцин Д. В.* Современное состояние и исследование средств массовой информации в России. — Омск: Изд-во ОмГПУ, 2001.
194. *Рылов А. С.* Принципы составления словаря терминов журналистики // Вестн. ННГУ. Сер. Филология. — 2001. — № 1. — С. 81–85.
195. *Рэддик Р.* Журналистика в стиле он-лайн: использование *Internet* и других электронных ресурсов. — М.: Вагриус; Нац. ин-т прессы, 1999.
196. *Рэндалл Д.* Универсальный журналист. — М.: Междунар. центр журналистики, 1996.
197. *Саламон Л.* Всеобщая история прессы // История печати: антология / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Аспект Пресс, 2001.
198. *Самарцев О. Р.* Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики. — М.: Акад. проект, 2009.

199. Самарцев О. Р. Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. — М.: Издательские решения, 2017.
200. Саппак В. С. Телевидение и мы. Четыре беседы. — М.: Искусство, 1963.
201. Свитич Л. Г. Журнализм в контексте современных научных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 2. — С. 9–21.
202. Свитич Л. Г. Изучение журналистики в контексте общенаучных парадигм // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5. № 4. — С. 546–561.
203. Свитич Л. Г. Социология журналистики (Методология, методы, направления и результаты исследований). — М.: ВК, 2010.
204. Свитич Л. Г. Социология журналистики: учеб. пособие. — М.: Ин-т междунар. права и экономики им. А. С. Грибоедова, 2005.
205. Свитич Л. Г. Феномен журнализма. — М.: ИКАР, 2000.
206. Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Журналист местной прессы и перспективы ее развития // Журналист. Социологические и социопсихологические исследования. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994.
207. Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Российский журналист и журналистское образование (социологические исследования) / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: ВК, 2006.
208. Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. — М.: Вагриус, 1998.
209. Сидоров В. А., Ильченко С. С., Нигматуллина К. Р. Аксиология журналистики: Опыт становления новой дисциплины. — СПб: Изд-во СПбГУ, 2009.
210. Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Аспект Пресс, 2003.

211. *Смелкова Э. С.* Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. — М.: ФЛИНТА; Наука, 2002.
212. *Смеюха В. В.* Вопросы медиалогии / под науч. ред. *Н. И. Бусленко*. — Ростов н/Д: РГУПС, 2013.
213. СМИ в меняющей России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. — М.: Аспект Пресс, 2010.
214. СМl и политика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. *Л. Л. Реснянской*. — М.: Аспект Пресс, 2007.
215. *Смирнов С. С.* Показатели уровня концентрации в медиаиндустрии России: проблемы измерения // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. — 2015. — № 3. — С. 66–79.
216. Современный российский медиаполис / под ред. *С. Г. Корконосенко*. — СПб: Изд-во СПбГУ, 2012.
217. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002.
218. *Солганик Г. Я.* К определению понятий «текст» и «медiateкст» // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика*. — 2005. — № 2. — С. 7–16.
219. *Солганик Г. Я.* Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения. — М.: Астрель, 2008.
220. Социология журналистики: учебник для вузов / под ред. *С. Г. Корконосенко*. — М.: Аспект Пресс, 2004.
221. Стилистика завтрашнего дня: сб. ст. к 80-летию проф. *Г. Я. Солганика*. — М.: МедиаМир, 2012.
222. *Стровский Д. Л.* Отечественная журналистика новейшего периода. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.
223. *Суходолов А. П.* Конструирование СМl как гомеостатической системы средствами автоматикl: базовые понятия, структура, компоненты // *Вопросы теории и практики журналистики*. — 2017. — Т. 6. № 4. — С. 437–464.

-
224. Телевизионная журналистика / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского. — М.: Изд-во Моск. ун-та; Высш. шк., 2002.
225. Теории журналистики в России: зарождение и развитие / под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб: Изд-во СПбГУ, 2014.
226. Теория журналистики в России: колл. моногр. / И. Н. Блохин, Е. Л. Вартанова, М. А. Воскресенская и др. / под ред. С. Г. Корконосенко. — СПб: Алетейя, 2018.
227. Терин В. П. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. — М.: МГИМО, 2000.
228. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. — М.: Аспект Пресс, 2014.
229. Техника дезинформации и обмана / под ред. Я. Н. Засурского. — М.: Мысль, 1978.
230. Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. — Воронеж: Изд-во Воронежск. ун-та, 2000.
231. Тулупов В. В. Теория и практика современной российской журналистики. — Воронеж: Изд-во Воронежск. ун-та, 2007.
232. Тулупов В. В. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет: учебник. — СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2008.
233. Тулупов В. В. Уроки журналистики. — Воронеж: Изд-во Воронежск. ун-та, 2015.
234. Тулупов В. В., Кройчик Л. Е., Мансурова В. Д., Пронин А. А., Сидоров В. А. Основы журналистской деятельности: учебник для бакалавров. — М.: Юрайт, 2013.
235. Уллмен Дж. Журналистские расследования: Современные методы и техника. — М.: Виоланта, 1998.
236. Уразова С. Л. От «зеркала Нарцисса» к экранной реальности. ТВ в контексте трансформаций цифрового времени. — М.: Русника, 2013.

237. Урина Н. В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия. — М.: ВК, 2010.
238. Урина Н. В. Средства массовой информации Италии. — М.: Фак. журн. МГУ, 1996.
239. Ученова В. В. Три грани теории журналистики: Гносеологические проблемы публицистики. — М.: Аспект Пресс, 2009.
240. Узбстер Ф. Теории информационного общества. — М.: Аспект Пресс, 2004.
241. Федотова Л. Н. Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996.
242. Федотова Л. Н. Проблемные термины наук о рекламе и связях с общественностью // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. — 2016. — № 1. — С. 132–143.
243. Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций: теория и практика: учебник для бакалавров. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2014.
244. Фещенко Л. Г. Журналистика и массмедиа: библиогр. указатель диссертаций: 1990–2010. — СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2011.
245. Фещенко Л. Г. Журналистика: библиогр. указатель диссертаций: 1990–2010. — СПб: Филол. фак. СПбГУ, 2011.
246. Фирсов Б. М. Пути развития средств массовой коммуникации. — Л.: Наука, 1977.
247. Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики / пер. со швед. В. Менжун. — Стокгольм, 2003.
248. Фомичева И. Д. Основные дисциплинарные и междисциплинарные подходы к изучению СМИ // Исследования СМИ: методология, подходы, методы: учеб.-метод. пособие. — М.: Фак. журн. МГУ, 2011.

-
249. *Фомичева И. Д.* Социология СМИ: учеб. пособие. — М.: Аспект Пресс, 2007.
250. *Фомичева И. Д.* Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию: учеб. пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2004.
251. *Фролова Т. И.* Человек и его мир в информационной повестке дня. Гуманитарные технологии в журналистике. — М.: АСИ, 2009.
252. *Хилько Н. Ф.* Экранная культура: медиасистемы и технологии. — Омск: Сибирск. филиал Рос. ин-та культурологии, 2003.
253. *Хорольский В. В.* Медийность текстов в средствах массовой информации (исторические и теоретические проблемы): моногр. — Воронеж: Изд-во Воронежск. гос. ун-та, 2016.
254. *Хорольский В. В.* Теория массовой коммуникации и теория журналистики: нераздельное и неслиянное // Вестн. ВГУ. — 2007. — № 2. — С. 228–239.
255. *Хренов Н.* Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс. — М.: Аграф, 2007.
256. *Чевозерова Г. В.* Основы теории журналистики: учеб. пособие. — Тольятти: Изд-во Тольят. гос. ун-та, 2011.
257. Человек как субъект и объект медиапсихологии. — М.: Ин-т человека МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2011.
258. *Черных А.* Медиа и демократия. — М.; СПб: Университетск. кн., 2011.
259. *Черных А.* Мир современных медиа. — М.: ИД «Территория будущего», 2007.
260. *Шарков Ф. И.* Основы теории коммуникации: учебник. — М.: Социальные отношения, 2002.

261. Шарончикова Л. В. Печать Франции (80–90-е гг.). – М.: Фак. журн. МГУ, 1995.
262. Шведова Н. Ю. Русский язык: Избранные работы. – М.: Языки славянской культуры, 2005.
263. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. – М.: Мысль, 1980.
264. Шишкин Н. Э. Введение в теорию журналистики: учеб.-метод. пособие. – Тюмень: Изд-во Тюменск. гос. ун-та, 2004.
265. Шкондин М. В. Информационный потенциал общества и концепты целостности медиасистемы // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. – Т. 4. № 4. – С. 335–348.
266. Шкондин М. В. Средства массовой информации как системный объект. – М.: Фак. журн. МГУ, 2003.
267. Шкондин М. В. Средства массовой информации: системные характеристики. – М.: Фак. журн. МГУ, 1995.
268. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010.
269. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: Теории и модели. – М.: Медиа-Мир, 2013.
270. Энциклопедия паблик рилейшнз / под ред. Т. Ю. Лебедевой. – М.: Париж, 2009.
271. Якимович Ю. К. Мир печати: Популярный иллюстрированный словарь-справочник. – М.: Дограф, 2001.
272. Яковлев И. П. Современные теории массовых коммуникаций. – СПб: Роза мира, 2004.
273. Anikina M. Journalism as a Profession in the First Decades of the 21st Century: the Russian Context // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. – 2014. – P. 233–252.
274. Anikina M., Hanitzsch T. et al. Mapping Journalism Cultures across Nations // *Journalism Studies*. – 2010. – No. 12: 3. – P. 273–293.

-
275. Anikina M., Gavra D., Pasti S. New News Media in Russia: What is New? // *African Journalism Studies*. – 2015. – Vol. 36, No. 3. – P. 33–60.
276. Bagdikian B. *The Media Monopoly*. – Boston: Beacon Press, 1992.
277. Baran S., Davies D. *Mass Communications Theory*. – Belmont, California: Wadsworth, 1995.
278. Bens E. Media Between Culture and Commerce: An Introduction // Bens E. (ed.) *Media Between Culture and Commerce*. – Chicago: Chicago Press, 2007.
279. Berelson B. The State of Communication Research // *Public Opinion Quarterly*. – 1959. – Vol. 23, iss 1. – P. 1–2.
280. Bryant J., Miron D. Theory and Research in Mass Communication // *Journal of Communication*. – 2004. – Vol. 54, iss. 4. – P. 662–704.
281. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society*. – Massachusetts: Blackwell Publishers Inc., 1996.
282. Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture: The Power of Identity*. – Malden, MA: Wiley-Blackwell, 1997.
283. Christians C. G., Glasser T. L., McQuail D., Nordenstreng K., White R. A. (eds.) *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. – Urbana, Chicago: University of Illinois Press, 2009.
284. Croteau D., Hoynes W. *Media/Society: Industries, Images and Audiences*. – London: Pine Forge Press, 1997.
285. Croteau D., Hoynes W. *The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest*. – California: Pine Forge Press, 2001.
286. Curran J., Park M.-J. *De-Westernizing Media Studies*. – London: Routledge, 2000.
287. De Fleur M. *Theories of Mass Communication*. – New York: David McKay, 1966.

288. De Smaele H. The Applicability of Western Media Models on the Russian Media System // *European Journal of Communication*. – 1999. – Vol. 14. – No. 2. – P. 173–189.
289. De Prato G., Sanz E., Simon J. P. (eds.) *Digital Media Worlds. The New Economy of Media*. – London: Palgrave Macmillan, 2004.
290. Downing D. *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture*. – London: Sage, 1995.
291. Downing J. *Internationalizing Media Theory: Transition, Power, Culture. Reflections on Media in Russia, Poland and Hungary, 1980–1995*. – London: Sage, 1996.
292. Fink E. J., Gantz W. A Content Analysis of Three Mass Communications Research Traditions: Social Science, Interpretive Studies and Critical Studies // *Journalism and Mass Communication Quarterly*. – 1996. – Vol. 73, iss. 1. – P. 114–134.
293. Gerbner G. (ed.) Ferment in the field [Special issue] // *Journal of Communications*. – 1983. – Vol. 33, iss. 3. – P. 4–5.
294. Gitlin T. Media Sociology: The Dominant Paradigm // *Theory and Society*. – 1978. – Vol. 6, iss. 2. – P. 205–253.
295. Gross P., Jakubowicz K. *Media Transformations in the Post-Communist World: Eastern Europe's Tortured Path to Change*. – Lexington: Lexington Books, 2012.
296. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. – Cambridge: Polity, 1989.
297. Hallin D., Mancini P. *Comparing Media Models beyond the Western World*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
298. Hallin D., Mancini P. *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

-
299. Jakubowicz K. *Post Communist Media Development in Perspective*. – Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung, Internat. Politikanalyse; Abt. Internat. Dialog, 2004.
300. Jakubowicz R. *Rude Awakening. Social and Media Change in Central and Eastern Europe*. – Cresskill: Hampton Press, 2007.
301. Katz E., Lazarsfeld P. *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. – Glencoe: Free Press, 1955.
302. Koivisto J., Thomas P. *Mapping Communication and Media Research: Paradigms, Institutions, Challenges*. – Helsinki: University of Helsinki, 2008.
303. Korkonosenko S. Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory // *Central European Journal of Communication*. – 2015. – Vol. 8, iss. 2. – P. 175–186.
304. Korkonosenko S. G. Journalism in Russia as a National Cultural Value // *Russian Journal of Communication*. – Vol. 4. – 2011. – № 3/4. – P. 159–176.
305. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. – N. Y.: Harper and Brothers, 1948.
306. Lasswell H. The structure and function of communication in society // Schramm W., Roberts D. (eds.) *The Process and Effects of Mass Communication*. – Urbana: University of Illinois Press, 1948.
307. Lazarsfeld P., Merton R. Mass communication, popular taste and organized social action // Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. – New York: Harper, 1948.
308. Lazarsfeld P. Remarks on Administrative and Critical Communications Research // *Studies in Philosophy and Social Sciences*. – 1941. – Vol. 9. – P. 2–16.

309. Levy M., Gurevitch M. *Defining Media Studies*. – Oxford: Oxford University Press, 1994.
310. Thussu D. K., Nordenstreng K. (ed.) *Mapping BRICS Media*. – London: Routledge, 2015.
311. Mattelart A., Mattelart M. *Theories of Communication. A Short Introduction*. – London: Sage, 1998.
312. McCombs M., Shaw D. The Agenda-setting Function of Mass Media // *Public Opinion Quarterly*. – 1972. – № 36 (2). – P. 176–178.
313. McQuail D., Golding P., de Bens E. (eds.) *Communication Theory and Research. An EJC Anthology*. – London: Sage, 2005.
314. McMillin D. C. *International Media Studies*. – Oxford: Blackwell Publishing, 2007.
315. McNair B. *Glasnost, Perestroika and the Soviet Media*. – London: Routledge, 1991.
316. McNair B. Glasnost, Restructuring and the Soviet Media // *Media, Culture and Society*. – 1989. – № 11(3).
317. McNair B. Media in Post-Soviet Russia: An Overview // *European Journal of Communication*. – 1994. – № 9(2). – P. 115–135.
318. McNair B. Power, Profit, Corruption, and Lies: The Russian Media in the 1990s // Curran J. and Park M.-J. (eds.) *De-Westernizing Media Studies*. – London: Routledge, 2000.
319. Merton R. *Social Theory and Social Structure*. – Glencoe, IL: Free Press, 1949.
320. McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. – London: Sage Publications, 2010.
321. Mickiewicz E. *Changing Channels: Television and the Struggle for Power in Russia*. – Oxford: Oxford University Press, 1997.
322. Mickiewicz E. *Split Signals: Television and Politics in the Soviet Union*. – N. Y.: Oxford University Press, 1988.

-
323. Murdock G., Golding P. For a Political Economy of Mass Communications // Miliband R., Saville J. (eds.) *Socialist Register*. – London: Merlin, 1973.
324. Noam E. M. (ed). *Who Owns the World's Media? Media Concentration and Ownership Around the world*. – Oxford: Oxford University Press, 2016.
325. Nordenstreng K., Paasilinna R. Epilogue // Nordenstreng K., Vartanova E. and Zassoursky Y. (eds.) *Russian Media Challenge*. – Helsinki: Aleksanteri Institute, 2002.
326. Nordenstreng K. Ferment in the Field: Notes on the Evolution of Communication Studies and its Disciplinary Nature // *Javnost – The Public*. – 2004. – Vol. 11, iss. 3. – P. 5–17.
327. Patnaik A., Tulsiram (eds.) *Post-Soviet States: Two Decades of Transition & Transformation*. – New Delhi: K W Publishers Pvt Ltd, 2012.
328. Picard R. *Media Economics: Concepts and Issues*. – Newbury Park, CA: Sage, 1989.
329. Pietilainen J. *The Regional Newspaper in Post-Soviet Russia. Society, Press and Journalism in the Republic of Karelia 1985–2001*. – Tampere: Tampere University Press, 2002.
330. Popper K. *The Open Society and Its Enemies*. – London: Routledge, 1945.
331. Potter W. J., Cooper R., Dupagne M. The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals // *Communication Theory*. – 1993. – Vol. 3, iss. 4. – P. 317–335.
332. Rogers E. M. The Empirical and Critical Schools of Communication Research // M. Burgoon (ed.) *Communication Yearbook 5. New Brunswick*. – NJ: Transaction Books, 1982. – P. 125–144.

333. Rosengren K. E. *Communication Research: One Paradigm, or Four? // Journal of Communication.* – 1983. – Vol. 33, iss. 3. – P. 185–207.
334. Shannon C. *A Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal.* – 1948. – Vol. 27, iss. 3. – P. 379–423.
335. Siebert F. S., Peterson T., and Schramm W. *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do.* – Urbana: University of Illinois Press, 1956.
336. Sparks C. and Reading, A. *Communism, Capitalism and the Mass Media.* – London: Sage Publications, 1998.
337. Splihal C. *Media beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe.* – Boulder: Westview Press, 1994.
338. Steensen S., Ahva L. *Theories of Journalism in the Digital Age // Journalism Practice.* – 2017. – Vol. 9, iss. 1. – P. 1–18.
339. Thussu D. *Internationalizing Media Studies.* – London: Routledge, 2009.
340. Vartanova E. (ed.) *Media and Change.* – Moscow: MediaMir, 2007.
341. Vartanova E., Nieminen H., Salminen M.-M. (eds.) *Perspectives to the Media in Russia: Western Interests and Russian Developments.* – Helsinki: Aleksanteri Institute, 2009.
342. Vartanova E., Zassoursky Y. (eds.) *Shaping Tomorrow's Media Systems.* – Moscow: Faculty of Journalism, MSU, 2004.
343. Zassoursky I. *Media and Power in Post-Soviet Russia.* – London: Routledge, 2002.
344. Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Changing Media and Communications.* – Moscow: Faculty of Journalism, MSU; ICAR Publisher, 1998.

345. Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Media, Communications and the Open Society*. – Moscow: Faculty of Journalism, MSU; ICAR Publisher, 1999.
346. Zassoursky Y. Media in Transition and Politics in Russia // Servaes J. and Lee R. (eds.) *Media and Politics in Transition*. – Leuven and Amersfoort: Acco, 1997.
347. Zassoursky Y., Vartanova E. (eds.) *Media for the Open Society: West-East and North-South Interface*. – Moscow: ICAR Publisher, 2001.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение..... 3

Глава 1. Генезис теоретических исследований медиа в России 7

- 1.1. Динамика теоретической мысли в отечественных и зарубежных медиаисследованиях..... 9
- 1.2. Факторы трансформации отечественной теории медиа (1990–2000 гг.) 20
- 1.3. Основные блоки теоретических концепций 36
- 1.4. Национальные особенности медиаисследований в России на рубеже 1990–2000 гг. 50

Глава 2. Современное состояние отечественных исследований в области журналистики и медиа 69

- 2.1. Методика и методология исследования 71
- 2.2. Теоретико-методологическая база 82
- 2.3. Объектно-предметное поле 98
- 2.4. Проблемы и направления развития теоретических концепций в исследованиях журналистики и медиа: позиции академического сообщества 127

Заключение	153
Приложения	157
Приложение 1. Карты-схемы	159
Приложение 2. Научные работы, наиболее часто упоминаемые в авторефератах диссертационных исследований и научных статьях, опубликованных в 2012–2016 гг.	168
Приложение 3. Библиографический список	177

научное издание

ОТ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ К ТЕОРИИ МЕДИА **Динамика медиаисследований в современной России**

Под редакцией Е. Л. Вартановой

Оформление обложки А. В. Баланцевой

Дизайн и верстка Е. Н. Сиротиной

Подписано в печать 10.01.2019. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная. Объем 13,0 печ. л. Тираж 500 экз. Изд. № 11312. Заказ №



**ИЗДАТЕЛЬСТВО
МОСКОВСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, д. 1, стр. 15
(ул. Академика Хохлова, 11).

Тел.: (495) 939-32-91; e-mail: secretary@msupress.com
<http://msupress.com>

Отдел реализации.

Тел.: (495) 939-33-23; e-mail: zakaz@msupress.com

Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами в ООО «Красногорский полиграфический комбинат». 115093, г. Москва, Партийный переулок д. 1, корп. 58, стр. 3, пом. 7