ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Вартанова Елена Леонидовна, декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, академик РАО, доктор филологических наук, профессор, г. Москва, Россия; e-mail: eva@smi.msu.ru, ORCID 0000-0002-7716-4383

ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТИКИ: ТРАДИЦИОННЫЕ И АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ

В статье рассматриваются классические и современные подходы к определению функций журналистики. Опираясь на фундаментальные работы по теории и социологии журналистики, а также на последние исследования, автор систематизирует, переосмысляет и расширяет устоявшиеся представления о ролях журналистики. В статье предлагается классификация функций журналистики, представленных в научных статьях лучших отечественных журналов, а также выявляется «пространство функций» журналистики и непосредственно связанных с ней объектно-предметных областей в наиболее цитируемых учебниках. Автор приходит к выводу, что журналистика – это полифункциональная система, которая комплексно удовлетворяет первичные (социальных институтов) и вторичные (массовой аудитории) потребности общества. Отмечая усложнение, диффузию и гибридизацию исследовательских подходов, автор призывает преодолеть бессистемность, обусловленную терминологической зашумленностью и нечеткостью формулировок, а также четко артикулировать необходимость реализации функций журналистики в их совокупности.

***Ключевые слова**: теория журналистики, теория медиа, функции журналистики, функции медиа.*

Как цитировать: *Вартанова Е. Л.* Функции журналистики: традиционные и актуальные подходы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 6. С. 3–30. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330

Elena L. Vartanova, Dean of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University,Academician of the Russian Academy of Education, Doctor of Philology, Professor, Moscow, Russia; e-mail: eva@smi.msu.ru, ORCID 0000-0002-7716-4383

FUNCTIONS OF JOURNALISM: TRADITIONAL AND NEW APPROACHES

The article examines classical and modern approaches to defining the functions of journalism. It draws on both fundamental works on the theory and sociology of journalism, as well as recent studies of the changing role and place of journalism within the context of the transformation of the Russian media system. The author systematizes

and expands upon established ideas about the roles and functions of journalism, rethinking them in light of these changes. The author analyzes the functions of journalism in scientific articles published in top 5 Russian journals and identifies the "space of functions" and the subject areas directly related to journalism in the most cited textbooks. The author concludes that journalism's functions can be attributed to a multifunctional system that meets the primary (social institutions) and secondary (mass audience) needs. Recognizing the complexity and diversity of research approaches to journalism's functions, the author aims to overcome the haphazardness and inconsistencies associated with terminology and definitions, as well as the lack of clarity in articulating the need for journalism to fulfill its functions in an interconnected and complex world.

***Key words**: media theory, media sociology, journalism functions, journalism theory.*

To cite this article: Vartanova E. L. (2024) Funktsii zhurnalistiki: traditsionnye i aktual'nye podkhody [Functions of Journalism: Traditional and New Approaches]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 6*: 3–30. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.6.2024.330

Введение

В последние годы заметно выросло внимание исследователей к процессам трансформации журналистики, СМИ, медиа, образующих важнейшую коммуникационную среду общества, ключевой социальный институт и бурно развивающуюся индустрию[1]. Применительно к отечественной практике исследователями обсуждается широкий спектр вопросов: масштабные преобразования экономических структур СМИ и в целом архитектуры медиасистемы России[2], значительное усиление влияния социальных медиа в современном пространстве цифровых медиакоммуникаций (Нигматуллина, 2021)[3], становление цифровых платформ как нового субъекта медиапространства[4], заметные сдвиги рынка труда медиаиндустрии (Олешко, Мухина, 2021), развитие системы журналистских жанров[5], изменение направлений и форм влияния технологий на процесс создания и распространения журналистских текстов[6], меняющиеся практики взаимодействия аудитории с традиционными и новыми медиа (Назаров, 2023)[7].

Кажется, что на фоне изучения новых масштабных общественных процессов и их последствий в медиаиндустрии теряются многие актуальные, но как будто более узкие вопросы теории медиа, которые в прошлом занимали значительное место в академическом дискурсе. В их числе – функции журналистики, традиционно занимавшие в отечественном теоретическом поле заметное место (Корконосенко,

2009)[8]. Представляется, однако, что в условиях радикальной трансформации медиасистемы, развития полисубъектности цифровых медиакоммуникаций, усиливающейся интеграции медиакоммуникационных пространств новостной журналистики, массового развлечения, рекламы и связей с общественностью[9] нормативное понимание журналистики как ключевой медиакоммуникационной профессии со временем только актуализируется.

Журналистика в контексте современной цифровой медиасреды

Дискуссия о роли и месте журналистики, журналистов в общественных процессах актуализировалась в академической и образовательной среде в 2010-х гг.[10] Актуализация социального запроса на понимание природы, миссии, функций и ролей журналистики как одной из ключевых профессий в сложных общественных и медиакоммуникационных условиях вызвана необходимостью осмысления сложных процессов в обществе и самих медиа. В их числе:

– слом прежней, сложившейся в XX в. геополитической модели монополярного мира, приводящий к становлению новых идейных и идеологических парадигм в информационно-коммуникационной среде как на глобальном, так и на региональном и национальном уровнях[11];

– изменение экономических моделей, в том числе и медиакомпаний, причем на этот процесс оказывают влияние как начавшийся кризис традиционной для СМИ рекламной бизнес-модели, так и становление новой платформенной бизнес-модели[12];

– усиление полисубъектности цифровой МК-среды, в рамках которой в производстве и распространении актуального общественно-политического содержания появляются новые авторы (блогеры, цифровые лидеры общественного мнения, инфлюэнсеры, «телеграммеры» и т. п.), правовой и этический статус которых обществу непонятен[13];

– трансформация ролей аудитории, которая из пассивного потребителя содержания превращается в актора: начинает производить и распространять свой контент[14];

– становление в социально-гуманитарных науках новых междисциплинарных объектно-предметных полей, что ведет к переосмыслению прежних принципов теоретико-методологического анализа и ключевых понятий теории журналистики (Корконосенко (ред.), 2018)[15].

Современная архитектура цифровых медиакоммуникаций предопределяет потерю журналистикой и журналистами профессиональной «монополии» на формирование общественно-политической повестки дня и создание новостей, так как в пространство общественной коммуникации широко выходят непрофессионалы (аудитория), профессионалы новой природы (блогеры); появляются новые технологические инструменты производства мультимедийных текстов, что разрушает привычные представления о функциях, миссии и социальной ответственности авторов новостей и общественно-политических материалов[16]. Существенно меняются статусы, профессиональные и этические стандарты, растет конкуренция между журналистами и другими производителями содержания, обладающими многомиллионными аудиториями[17]. Таким образом, сегодня можно говорить о формировании полисубъектной цифровой медиакоммуникационной среды (см. рис. 1).

Институционализированные медиа: законодательная и профессиональная подотчетность с соблюдением принципов социальной ответственности:

- «традиционные СМИ» (регистрация РКН, редакционный способ производства материалов, профессиональные журналисты)
- традиционные субъекты рынка рекламы (рекламодатели, компании рекламопроизводителей и рекламораспространителей)
- связи с общественностью (субстанциональные субъекты: специальные коммуникационные агентства, *PR*-подразделения в госорганах, государственных и частных компаниях, политических и общественных организациях и т. д., индивидуальные *PR*-специалисты)

Неинституционализированные медиа: «новые профессионалы» с неясным для общества юридическим и профессиональным статусом

- блогеры, инфлюэнсеры, телеграмеры, руководствующиеся разными экономическими интересами
- тематически и жанрово разнотипное содержание
- значительное, но разнохарактерное воздействие на аудиторию
- отсутствие профессиональной идентичности

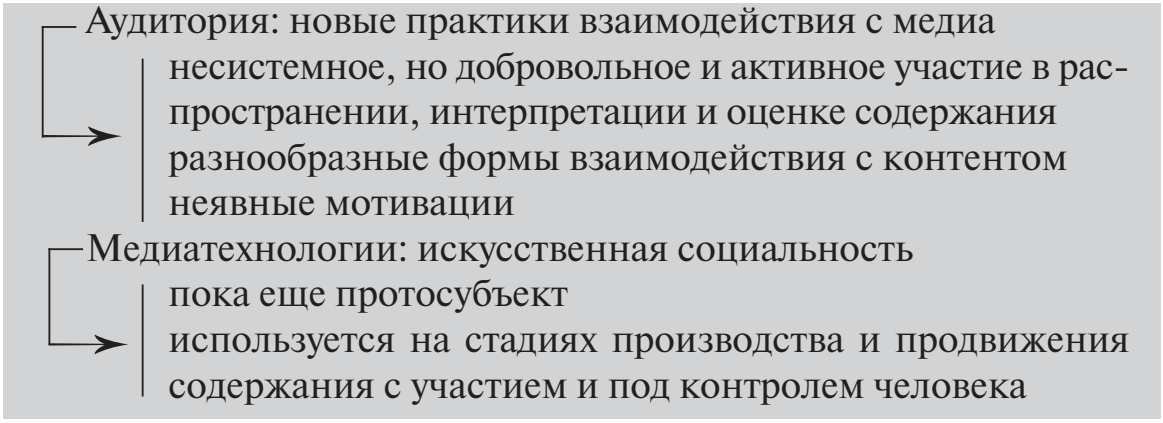


Рисунок 1. Субъекты цифровой медиакоммуникационной среды

Источник: составлено автором.

В академическом сообществе и общественных дискуссиях все чаще отмечается негативное влияние содержания, распространяемого по социальным сетям и в цифровых медиакоммуникациях, на сложившиеся формы социального взаимодействия людей. В результате активного и некритичного потребления контента возрастают новые и не до конца понятные угрозы информационной безопасности общества и личности, особенно в условиях широкого распространения фейковой, манипулятивной и конфликтогенной информации (Лабуш, Пую, 2019; Байчик 2020)[18]. В современной цифровой медиасреде легальные и профессионально-этические принципы деятельности новых создателей и распространителей общественно-политической информации неочевидны и не сформированы, а источники их финансирования непрозрачны.

При этом журналистика остается одной из немногих профессий, имеющих четкие стандарты и сохраняющих ответственность перед обществом и законом (Корконосенко, 2009)[19]. Журналистика как профессия определяется, с одной стороны, набором универсальных профессиональных технологий (МакКуэйл, 2013), а с другой – национальными особенностями исторического развития, социального взаимодействия, выступая продуктом «общественного договора» всех субъектов социальной жизни[20].

Теоретические подходы к журналистике, сформулированные в работах ведущего профессора факультета журналистики МГУ Е. П. Прохорова, теоретика московской школы изучения журналистики, и дополненные рядом других отечественных исследователей, обращают внимание на многозначность понятия «журналистика», разноуровневость его социальных проявлений и характеристик (см. табл. 1).

Таблица 1

Традиционные подходы отечественных авторов к журналистике как социальному явлению[21]

Уровень	Характеристика
Социальный институт	Совокупность различных предприятий (редакции, медиакомпании), в которых действуют журналистские коллективы. Эти экономические и организационные структуры осуществляют социально значимые функции, такие как информирование аудитории и формирование общественного мнения
Система видов профессиональной деятельности	Процесс создания журналистского текста: от сбора и обработки информации до её распространения, функционирование журналистики и СМИ в контексте реализации государственной информационной политики
Совокупность профессиональных специализаций	Реализация традиционных ролей в журналистике: корреспондент, репортер, интервьюер, редактор, очеркист, имеющих свои уникальные функции и задачи
Система произведений	Создание произведений в специфических жанрах, таких как корреспонденция, репортаж, интервью, очерк и др. Нужна реализация профессиональных навыков журналистов – умения работать в условиях дедлайнов, а проверять факты, писать грамотно, четко и лаконично
Предмет научного исследования и преподавания	Исследование теоретических и практических аспектов журналистики в рамках научных дисциплин; преподавание соответствующих учебных дисциплин, которые помогают готовить будущих профессионалов

Современное общество в условиях социальной неопределенности и цифровой трансформации выдвигает новые запросы к журналистике как центральной профессии массовой коммуникации (Самарцев, 2017; Дугин, 2021). Именно перед лицом глобальных вызовов – технологической революции, усиления конкуренции в полисубъектной медиасреде, размывания ответственности авторов за свои тексты – актуализация функций журналистики приобретает новое значение.

Функции журналистики: актуальные представления

Термин «функции» в его социологическим значении подразумевает задачу, роль, которую выполняют социальный институт или явление по отношению к обществу (Добреньков, Кравченко, 2001: 51–52). Применительно к журналистике как институту, про-

фессии, творчеству понятие «функции» (некоторые авторы говорят о «социальной функции») играет едва ли не ключевую роль, поскольку «именно через функциональную направленность характеризуется место и роль в жизни любого предмета, явления или вида деятельности»[22]. В отечественной теории журналистики понимание функций формировалось на протяжении последних тридцати лет, часто пересекаясь с понятием роли журналистики. Так, Г. В. Лазутина указывала: «И в научном словоупотреблении, и в профессиональном общении журналистов понятие “социальная роль” нередко приравнивается к понятию “социальная функция журналистики”»[23].

Наряду с термином «функции» широко используется термин «дисфункции», обозначающий негативное влияние журналистики на общественное мнение. Дихотомия, которая восходит к ключевому предположению Р. Мертона о функциях и дисфункциях в социальных системах (Бакулев, 2010: 57), основана, возможно, на протяженной шкале оценки выполнения журналистикой своих функций.

Остановимся на самом понятии «функция журналистики», все еще актуальном для современных исследователей. Так, Л. Г. Свитич в недавно вышедшей фундаментальной монографии «Феноменология журналистики» отмечает: «Мы понимаем функцию в основном как реализацию общественной миссии, предназначения и обязанностей, как феноменологическое восхождение к сущности, смыслу и ценностям профессиональной деятельности <...>»[24].

Среди отечественных исследователей нет полного согласия в вопросе о том, какие функции должна выполнять журналистика в обществе, хотя, как показывает таблица 2, все они разделяют подход к концепту «журналистика», предложенный Е. П. Прохоровым. При этом нельзя не отметить терминологическую зашумленность теоретического поля при выявлении и номинации функций журналистики.

Современная динамика технологического и индустриального развития журналистики и медиакоммуникационной индустрии актуализирует дискуссию об их миссии и задачах в конкурентной цифровой медиасреде[25], а также ставит вопросы подготовки журналистов и других специалистов для расширяющейся отрасли.

Особенностью журналистского образования в СССР была тесная связь научного анализа с профессиональным образованием: именно на кафедрах, отделениях и факультетах журналисти-

ки с 1950-х гг. происходила теоретизация предметного поля журналистики и СМИ. После 1991 г. в ходе общественно-политических и технологических трансформаций это поле расширилось: в некоторых вузах возникли новые подразделения, занимавшиеся изучением массовой или медиакоммуникации, однако до сих пор их число остается незначительным[26]. Подготовка студентов по направлению «Журналистика» сегодня осуществляется в соответствии с российскими традициями, предполагающими, что работа в редакциях СМИ напрямую связана с «формированием интеллекта нации»[27]. И именно с начала 1990-х гг., когда переосмысление советских научных подходов к журналистике стало доминантой медиаисследований, перечень выделяемых авторами функций журналистики начинает обновляться и расширяться.

В данной статье была применена особая методика анализа представлений отечественных исследователей об основных функциях журналистики. По запросам на термины «журналистика», «теория журналистики», «основы журналистики» были отобраны топ-10 учебников, изданных с 2000 г. и наиболее цитируемых по данным РИНЦ.

Почему были выбраны именно учебники? Дело в том, что учебник как жанр литературы представляет собой систематизированное изложение конкретной учебной дисциплины, опирающееся на фундаментальные, эмпирически доказанные знания[28]. Поскольку логика проведения научных исследований на факультетах журналистики предполагает их главным результатом внедрение в учебный процесс в формате учебной литературы, мы считаем учебники важнейшей формой связи теории с практикой.

В структуре современных учебных планов по журналистике курсы, рассматривающие базовые принципы профессии (социальная ответственность, миссии и роли журналистики в обществе, профессиональные стандарты и этика), изучаются в первом курсе. Запрос включал в себя названия наиболее распространенных дисциплин, формирующих учебный план по направлению подготовки «Журналистика». Затем из трех списков были исключены издания, не соответствующие названному направлению, в результате получился единый список из 5 учебных пособий, посвященных именно журналистике (Корконосенко, 2009; Бакулев, 2010; Кирия, Новикова, 2018)[29].

По запросу на термин «функции журналистики» и *functions of journalism*[30], встречающийся в заголовках, ключевых словах и аннотациях научных статей в топ-5 журналов по научной области «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» базы данных РИНЦ за период 2014–2024 гг., было найдено всего 68 публикаций[31]. Также было проанализировано несколько экспертно отобранных монографий по теории журналистики, опубликованных в указанный период.

«Пространство функций»: чему учатся будущие журналисты

Систематизируя подходы российских авторов, отраженные в учебной литературе, можно выделить значимые для общества функции или группы функций, которые призвана выполнять журналистика. Мы опираемся на введенное в научный обиход Е. П. Прохоровым понятие «пространство функций»[32].

Начать обзор современных теоретических представлений о функциях журналистики мы решили с учебника Е. П. Прохорова «Введение в журналистику», который многократно переиздавался (в 2011 г. при жизни автора вышло 8-е издание), имеет необходимые рекомендации (ФУМО), широко известен в образовательном и академическом сообществе, является базовым при преподавании теоретических основ журналистики на факультете. В 2023 г. книга вышла в юбилейной серии «Классический университетский учебник» к 270-летию Московского университета. Сам автор входит в число наиболее цитируемых российских медиаисследователей, а учебник – наиболее часто упоминаемых в русскоязычных теоретических статьях о медиа[33].

Е. П. Прохоров ставит перед собой задачу не только перечислить и проанализировать функции журналистики, но и упорядочить и систематизировать их. Он выделяет единичные функции, объединяет их в группы[34] исходных (ядерных) и периферических функций, причем отмечает, что в журналистике, как полифункциональной системе, невозможно отделить выполнение разных функций друг от друга. Он также выявляет функции «первичные», а именно роль журналистики в обществе, и «вторичные» – связанные с реализацией личностью важных для нее задач[35].

Таблица 2

Функции журналистики[36]

Полифункциональная система, комплексно удовлетворяющая первичные (социальных институтов) и вторичные (массовой аудитории) потребности	
Исходные функции (ядро)	**Периферия функций**
Коммуникативные: функция общения, налаживания контакта, связи с массовой аудиторией и социальными институтами, реализуемая только при ясном содержательном наполнении	Культурно-формирующие: формирование политической культуры, экономическое образование, этика, эстетика, культура поведения
Социально-ориентирующие (или идеологические): информационное обслуживание массового сознания, прежде всего общественного мнения	Рекреативные, или развлекательные: снятие напряжения, получение удовольствия
Непосредственно-организаторские, включая регулятивную контрольную деятельность	Рекламно-справочные: удовлетворение утилитарных запросов через покупки

Отметим еще два интересных момента. Хотя в некоторых работах в группу коммуникативных функций Е. П. Прохоров предлагает добавить функцию информационного обеспечения мира увлечений человека: сад, огород, туризм, коллекционирование и др. (в ряде работ определяется как информационно-информирующая функция журналистики), в «пространстве функций» она не упоминается. В последних статьях он также называл экономическую функцию журналистики (в табл. 1 – рекламно-справочная), связанную с рекламной бизнес-моделью. Однако мы считаем, что она является «оборотной стороной» рекламно-справочной в силу специфики медиаэкономики как сдвоенного рынка товаров и услуг: реклама, выполняя сервисную функцию для рекламодателей, в традиционных СМИ была эффективной не только потому, что приносила им доход, но и потому, что предоставляла нужную аудитории потребительскую информацию (Picard, 1989).

Исходя из этого фундамента попробуем охарактеризовать наполнение понятия и типы функций журналистики, которые встречаются в наиболее популярных в течение последнего десятилетия учебниках, используемых при подготовке журналистов в российской высшей школе.

Прежде чем перейти к результатам анализа, сделаем два принципиальных отступления. Во-первых, сложность систематизации

имеющихся сегодня представлений о журналистике и типологизации ее функций связана с «юным возрастом» отечественных медиаисследований, которые начали формироваться только в 1990-е гг. В СССР существовала сильная и идеологически детерминированная школа исследований СМИП, которая практически на использовала зарубежный опыт анализа массовых коммуникаций. После распада СССР зарубежные, прежде всего американские и британские концепции медиа заняли в отечественном академическом дискурсе важное место, став основой для адаптации зарубежных подходов и, по сути, полностью вытеснив отечественный опыт[37].

С точки зрения понимания журналистики, ее природы, общественной миссии и функций принципиальными оказались подходы Г. Лассуэлла, Р. Мертона, Ч. Райт Миллса (Бакулев, 2010). На основе их трудов в качестве основных функций журналистики были определены информационная, корреляция с компонентами общества, передача культурного наследия и развлекательная (Бакулев, 2010: 12, 24, 57; Кирия, Новикова, 2018: 54, 253, 269). Подход Р. Мертона к дисфункциям, выводящий на теорию игр и равновесность, подчеркивал значение функционирования журналистики для «равновесия» общества (Бакулев, 2010: 57).

Важную роль сыграли и две работы Д. МакКуэйла – «Теория массовой коммуникации» (*McQuail's Mass Communication Theory*), при жизни автора переизданная 8 раз, и переведенная на русский язык «Журналистика и общество» (2013). В первой работе выделяются ключевые функции журналистики: обеспечение интеграции, формирование интегрированного общества, содействие социальному порядку, мониторинг важнейших событий, формирование общественного мнения, поддержка инноваций (McQuail, 2010). Во второй Д. МакКуэйл определяет медиа как институт общества, который служит общественному интересу в рамках теории социальной ответственности (2013). Правда, сравнивая нормативные подходы к журналистике в работах Д. МакКуэйла и Е. П. Прохорова, отечественный исследователь Д. В. Дунас выявляет их значительное смысловое единство, несмотря на различия терминологии[38].

Связь российских теорий журналистики с зарубежными концепциями, методологическими подходами и понятийным аппаратом, возникшая в 1990–2000 гг., только в середине 2010-х начала осознаваться как важный, но не основополагающий и не единственный принцип теоретического осмысления этого социального института, что подчеркивает стремление к «терминологическому суверенитету».

Во-вторых, к настоящему времени в отечественных медиаисследованиях так и не сложилось конвенций относительно терминологии и границ объектно-предметного поля журналистики. По сути, именно на этом поле в XX в. выросла отечественная школа академического анализа не только самой журналистики (см. выше), но и близких к ней понятий, социальных пространств и институтов: массовая информация, средства массовой информации, массмедиа, медиа, медиакоммуникация. При том что авторы многих публикаций призывают к более четкому сопоставлению конкретных терминов, выявлению их взаимосвязей и соподчинений[39], до сих пор отечественное академическое сообщество не пришло к единым трактовкам. Упомянутые термины все еще используются как взаимозаменяющие синонимы, хотя их понятийное наполнение не идентично, причем под воздействием цифровых трансформаций понятия расходятся все дальше.

Таким образом, несмотря на внешне простую задачу по систематизации функций журналистики по отношению к обществу и отдельной личности, оказалось сложно сформировать единое представление о функциях журналистики и создать их сводный перечень (см. табл. 3).

Таблица 3

«Пространство функций» журналистики и непосредственно связанных с ней объектно-предметных областей в наиболее цитируемых учебниках (по данным РИНЦ, октябрь 2024)[40]

Предметная область, обозначенная в учебнике	**Понимание термина «функция»**	**Перечень функций**	**Приоритет**
Журналистика	Совокупность обязанностей журналистики и выполняемых ею задач	Группа первичных: коммуникативная, идеологическая (социально-ориентирующая), непосредственно-организаторская Группа вторичных: культурно-формирующая, рекламно-справочная рекреативная (Прохоров) **Для основных сфер общества одинаковые:** регулирующая, духовно-идеологическая, информационно-коммуникативная, производственно-экономическая (Корконосенко)	Коммуникативная и идеологическая

Окончание таблицы 3

Средства массовой информации, массовая коммуникация	Функция – обязательства по отношению к обществу (по Лассуэллу и Мертону) Функция – роль подсистемы в обществе	Информационная, интерпретирующая, обеспечивающая преемственность господствующей культуры, развлекательная, мобилизующая (все по Г. Лассуэллу и Р. Мертону) познавательная, ценностно-ориентирующая, социально-организационная (И. Д. Фомичева) воспитательная, организация поведения, снятие напряженности, коммуникация (Л. Н. Федотова)	Информационная, интерпретирующая, обеспечивающая преемственность господствующей культуры, развлекательная, мобилизующая, трансляция знаний (массовое сознание)
Медиа	Социальные функции медиа – это представления о феномене медиа	Информационная (наблюдение за социополитическим окружением) корреляция с компонентами общества передача культурного наследия развлекательная (по Ч. Райт Миллсу, Г. Лассуэллу)	Воздействия на общество (пропаганда, общественное мнение), трансляция информации

Второй релевантный нашему исследованию учебник – «Основы журналистики» С. Г. Корконосенко. Автор предложил более сложную структуру функций (ролей) журналистики, которые детерминируются четырьмя сферами деятельности средств массовой информации – экономической, политической, духовно-идеологической и социальной. Внутри каждой из сфер проявляются четыре роли (в нашем понимании – функции) журналистики: регулирующая, духовно-идеологическая, информационно-коммуникативная и производственно-экономическая (Корконосенко, 2009: 183). Анализ содержания ролей показывает, что Е. П. Прохоров и С. Г. Корконосенко вкладывают в них схожее содержание, хотя и называют по-разному.

В других учебниках, анализируемых в таблице, понятие функций связывается с более широкими предметными областями: СМИ, массовая коммуникация, медиа, однако пересечение их функций с функциями журналистики налицо. В работах идет речь не о функциях журналистики, а о функциях СМИ (Науменко, 2005), средств массовой коммуникации (Бакулев, 2010), медиа (Кирия, Новикова, 2018). Однако мы не находим четкого разграничения ни в выделении упомянутых предметных полей, ни в выделении их функций, что размывает представление о профессиональных функциях и ролях не только журналистов, но и других профессионалов массовых коммуникаций. Представле-

ние о журналистике как сложной, полифункциональной системе, невозможность отделить выполнение конкретных функций друг от друга объясняет многочисленные попытки отечественных исследователей развить, расширить, дополнить «перечень Прохорова» как зарубежными заимствованиями, так и собственными формулировками, а также распространить его на смежные сегменты медиасистемы (см. ниже).

Усложнение, диффузия, гибридизация: исследовательские подходы к функциям журналистики

Монографий, развивающих в современных условиях теорию журналистики в контексте тенденций последних лет, вышло немного. Остановимся на двух наиболее значимых, написанных известными теоретиками журналистики, представляющими школу исследований факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Г. В. Лазутина и Л. Г. Свитич входят в число десяти авторов, наиболее цитируемых в научных работах в 2010 г.[41]

В монографии под редакцией Г. В. Лазутиной[42] (2018: 73) приводится анкета для изучения мнения журналистов о функциях СМИ с 10 возможными ответами (включая «другое» и «затрудняюсь ответить»). Однако, если перевести вопросы на используемый исследователями язык, под ними подразумеваются пропагандистская (государственных решений, полезных гражданских инициатив), просветительская, информационная, регулирующая (контрольная), помогать/откликаться на жалобы (защита, помощь), рекреативная функции журналистики.

В уже упомянутой выше монографии Л. Г. Свитич предлагает перечень из 11 функций, довольно близких к «пространству функций» Е. П. Прохорова. Это: информирование; информационное управление, воздействие, пропаганда; анализ социально-духовных процессов; просвещение, распространение знаний; содействие регулированию процессов жизнедеятельности человека и общества, интеграционным процессам, социализации человека; ценностное ориентирование, воспитание, развитие целостной, гармоничной творческой личности; критические, контрольные функции; защита, помощь людям; рекреация, психологическая разгрузка, снятие напряжения,

отвлечение, развлечение; коммуникация, информационное посредничество; прогностические функции[43].

Однако нельзя не упомянуть и о вышедшей в 2018 г. под редакцией С. Г. Корконосенко монографии «Теория журналистики в России», которая открыла книжную серию «Петербургская школа журналистики и массовых коммуникаций». Проанализировав огромный материал, характеризующий дисциплинарный статус теории, ее различные аспекты, авторы также актуализируют представления журналистов о своих ролях (что мы соотносим с пониманием функций). В их числе три укрупненных группы с подгруппами в виде отдельных ролей: журналистика просвещения (журналист: информатор, комментатор, модератор, генератор идей, транслятор, организатор); журналистика соучастия (помощник, критик, контролер); журналистика влияния (просветитель, воспитатель, идеолог, лоббист). В группу «Другие» попадают роли летописца и развлекателя (Корконосенко (ред.), 2018: 23).

Как видим, количественно перечни функций варьируются, сами функции детализируются или по-разному именуются, однако их содержание сохраняется.

В статьях, опубликованных в журналах из ядра РИНЦ за 2014–2024 гг., встречаются подходы, выделяющие и анализирующие одну отдельную функцию, которая, по мнению авторов, приобретает особое значение именно в данный период. Сконцентрируемся только на тех функциях, которые не только представлены в заголовках и ключевых словах, но и отражают исследовательскую позицию авторов (см. табл. 4).

Таблица 4

Функции журналистики, анализируемые в научных статьях, опубликованных в топ-5 журналов из ядра РИНЦ (2014–2024)[44]

Анализируемая функция	Автор
Адаптивная роль, адаптивная (адаптирующая) функция/функции	Е. Г. Власова (2022)
Гуманистическая	В. В. Панферова, Т. Н. Владимирова (2013)
Идеологическая	А. П. Суходолов (2014)
Интегративная	О. В. Смирнова, Л. Г. Свитич, М. В. Шкондин (2022)

Окончание таблицы 4

Интеграционная (важна и социально-организационная)	С. Г. Корконосенко (2022)
PR-функция журналистики	Н. П. Рачков, А. П. Суходолов (2022)
Познавательная (выделена на фоне информационной, коммуникационной, рекламной, формирования общественного мнения)	А. А. Тертычный (2013)
Социального конструирования (в контексте актуализации функций)	О. В. Смирнова, Л. Г. Свитич, М. В. Шкондин (2020)

Источник: составлено автором.

Отдельно следует упомянуть недавнюю статью, в которой для целей опроса студентов – будущих журналистов – используется в качестве методологической основы полифункциональная система с широким разбросом функций, включающая информационную, управленческую, интегративную, организаторскую, образовательную, культурно-просветительскую, развлекательную (рекреативную), контрольную, публичной сферы, создания эмоционально-психологического тонуса[45].

Позволим себе два комментария. Первый. Хоть и неявно, но анализ статей дает отсылки к процессу гибридизации медиакоммуникационных предметных областей в части выполнения ими функций, предписываемых журналистике. Это положение теории функционального анализа Р. Мертона предполагало, что одну и ту же функцию могут выполнять разные явления (Бакулев, 2010: 57). Появление в одной из статей «*PR*-функции» у журналистики, на наш взгляд, является продолжением этой логики. Более того, перечень функций рекламы и связей с общественностью[46], предлагаемый авторами ряда монографий, в значительной степени повторяет и функции рекламы: коммуникационная, коммуникативная, управленческая, организационная, экономическая. Выделяется также и функциональность на уровне общества (первичные функции в журналистике и социальные – в рекламе) и человека (вторичные на уровне аудитории).

Даже на уровне анализа функций мы видим отражение давних и более широких дискуссий о проблемах гибридизации содержания для медиасреды журналистикой, специалистами по рекламе и связям с общественностью как смежными медиаком-

муникационными полями (Зорин, 2014; Сидорская, 2019). Сегодня же, в условиях цифровой трансформации, можно говорить о гибридизации перечисленных функций в рамках становления нового социально-экономического феномена – медиакоммуникационной индустрии. Так, информационные и коммуникационные потребности и общества, и личности сближаются с реализацией доходной функции; информационная, просветительская сдвигаются в сторону рекреационной; идеологическая сливается с информационной в условиях роста манипулирования и распространения фейковых новостей; креативная соединяется с информационной и коммуникационной, особенно в условиях повышения роли активной аудитории[47]. По сути, сегодня вопрос гибридизации функций – это не просто теоретический «изыск», но реальный вызов рынку труда и программам высшего образования.

Второй. В процессе становления и расширения цифровой полисубъектной медиакоммуникационной среды исследователи все чаще подмечают диффузию функций среди институционализированных и неинституционализированных медиа. М. И. Макеенко и А. В. Вырковский подчеркивают: «<...> важным представляется феномен диффузии функций и ролей участников медиасистемы: традиционные (*legacy*) массмедиа пытаются копировать *modus operandi* новых неинституционализированных медиа (блогеров, сообществ в социальных сетях, каналов в мессенджерах и проч.) <...> в то же самое время новые медиа зачастую заменяют классические СМИ в выполнении важных социальных функций»[48].

Процесс цифровизации, в результате которого в медиасреду приходят новые авторы – активные пользователи социальных сетей, блогеры, инфлюэнсеры, становится актуальным вызовом реализации социальной миссии и функций журналистики. В этой связи в ряде публикаций идет речь не только о гибридизации или диффузии, но и о появлении новых функций. Они связаны как с онлайн-текстами (как в журналистике), так и с тем, что Интернет, как мультимедийная среда, также начинает выполнять ряд специфических функций по отношению к обществу и личности, создавая особый дискурс, причем это усиливает его позиции в конкуренции с традиционными СМИ и средствами массовой коммуникации.

Авторы говорят о новых возможностях, предоставляемых пользователям социальных медиа. Это обмен созданным контентом, взаимодействие и сотрудничество, обучение, активизм (Сергеева,

Терещенко (ред.), 2017). Вероятно, получение таких возможностей следует считать не новыми функциями, а развитием прежних, например организаторской, интегративной, просветительской. С другой стороны, вовлечение аудитории в процессы создания и распространения собственного контента все-таки должно натолкнуть на мысль о становлении новой функции – не только стимулирования образования, но и реализации творческих способностей пользователя. Рассмотрение функций социальных медиа и на уровне общества, и на уровне отдельного пользователя – это актуальная задача ближайшего будущего.

Дискуссия и заключение

Очевидно, что сегодня важна актуализация функций журналистики под воздействием глобальных и национальных процессов. Журналистика остается важнейшей сферой деятельности и профессией расширяющейся цифровой медиакоммуникационной среды. Функции журналистики, выделяемые сегодня отечественными исследователями, свидетельствуют о широком подходе к их пониманию в академическим сообществе. Наиболее значимые функции, изучаемые не только в теории журналистики, но и в смежных общественно-политических науках (социология, изучение рекламы и связей с общественностью), рассматривают журналистику как социальный институт, влияющий на общественную жизнь и взгляды людей. Ее функции осознаны не только на уровне профессии, предприятий СМИ, использующих высокую долю журналистского труда, но и на уровне социума в целом.

Значительный массив исследований посвящен негативным влияниям медиакоммуникаций на общество, понимаемым как дисфункции медиасистемы, и касается информационных конфликтов и войн, «отмены» событий, людей, культур; цифровых зависимостей, цифрового насилия типа троллинга, буллинга, шейминга (Ашманов, Касперская, 2021). Однако для понимания путей их предотвращения важно представлять целостную систему обязательств журналистики перед обществом, что предполагает ее нормативная теория, базирующаяся на анализе роли журналистики в обществе и понимании ее функциональной предназначенности.

Анализ актуальных исследовательских и учебных материалов выявляет полноту и разнообразие академического дискурса теории журналистики. Вопрос традиционных функций журналистики – серьезный и многоплановый, несмотря на достаточную его изученность. В актуальных условиях очевидна необходимость и дальнейшей его концептуализации по ряду причин.

Во-первых, не до конца преодолена терминологическая зашумленность и нечеткость в формулировании функций журналистики в обществе.

Во-вторых, имеется разнобой в наименовании одинаковых функций, что препятствует созданию строгой классификации, принимаемой исследовательским и профессиональным сообществами.

В-третьих, недостаточно четко артикулирована необходимость реализации журналистикой своих функций в комплексе, во взаимосвязанности. Более того, не только у профессионалов, но и у теоретиков данного предметного поля не сложилось приоритетности в понимании первичности (для общества) и вторичности (для личности) функций, их явных и латентных проявлений. Отсутствует также четкое понимание сути такого понятия, как дисфункция, и его места в теории журналистики.

В-четвертых, – и это, возможно, главное – восприятие функций журналистики аудиторией должно соотноситься с их пониманием профессионалами, исследователями и преподавателями журналистики.

Получение ответов на поставленные вопросы может способствовать дальнейшему развитию нормативности теории журналистики, которая традиционно воспринималась ее основоположниками как описание идеальной структуры и идеальных функций профессии с целью ответа на общественный запрос.

Примечания

[1] *Коломиец В. П.* Медиатизация медиа. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2020; *Дугин Е. Я.* Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2021; *Смирнов С. С.* Банковские структуры на российском рынке СМИ: экономические отношения с медиахолдингами // Меди@льманах. 2021. № 5. С. 46–51; *Полуэхтова И. А.* Телевидение и его аудитория в эпоху Интернета. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2023; *Вартанов С. А.* Экономическая теория рекламы: эффекты и модели. М.: Фак. журн. МГУ, 2023.

[2] *Вартанова Е. Л.* Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1. С. 8–13. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813; *Эль-Бакри Т. В.* Развитие российской аудиовизуальной индустрии на этапе цифровой трансформации // Меди@льманах. 2022. № 6. С. 96–106. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2022.96106; *Бабына Д. А.* Развитие стриминговых сервисов в условиях цифровых трансформаций медиасистемы России // Меди@льманах. 2023. № 6 (119). С. 85–92. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2023.8592

[3] *Макеенко М. И., Вырковский А. В.* Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов // Меди@льманах. 2021. № 6. С. 24–31.

[4] *Тышецкая А. Ю.* Цифровые платформы и современные медиакоммуникации: актуальные исследовательские подходы // Медиаскоп. 2023. Вып. 4. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2839 (дата обращения: 25.10.2024).

[5] *Колесниченко А. В.* Мультимедийные жанры в современных российских СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2023. № 2. С. 3–22. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2023.322

[6] *Давыдов С. Г., Замков А. В., Крашенинникова М. А.* и др. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.321

[7] Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / под ред. *Д. В. Дунаса*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2021.

[8] *Свитич Л. Г.* Феномен журнализма. М.: ИКАР, 2000; *Ученова В. В.* Три грани теории журналистики. М.: Фак. журн. МГУ, 2009; *Фомичева И. Д.* Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2007; *Лазутина Г. В.* Основы творческой деятельности журналиста. М.: Аспект Пресс, 2010; *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

[9] Стратегические коммуникации. Теория и практика / под ред. *В. А. Евстафьева, Т. Э. Гринберг*. М.: Аспект Пресс, 2023. С. 40–46.

[10] Вопросы теории и практики журналистики, 2016. № 4; Вопросы теории и практики журналистики, 2017. № 1.

[11] Медиасистемы стран БРИКС: исторический генезис, особенности функционирования / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Аспект Пресс, 2018.

[12] Индустрия российских медиа: цифровое будущее: моногр. / под ред. *Н. В. Ткачевой*. М.: МедиаМир, 2017; *Вартанов С. А.* Экономическая теория рекламы: эффекты и модели. М.: Изд-во Моск. ун-та: Фак. журн. МГУ, 2023.

[13] *Макеенко М. И., Вырковский А. В.* Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов // Меди@льманах. 2021. № 6. С. 24–31.

[14] Медиапотребление «цифровой молодежи» в России / под ред. *Д. В. Дунаса*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2021.

[15] От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019.

[16] *Коломиец В. П.* Медиатизация медиа. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2020.

[17] *Макеенко М. И., Вырковский А. В.* Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов // Меди@льманах. 2021. № 6. С. 24–31; *Вартанова Е. Л.* Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1. С. 8–13. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813

[18] *Дунас Д. В., Бабына Д. А., Бойко О. А.* и др. Отражение метанарративов в молодежных онлайн-сообществах (на примере *VK* и *Telegram*) // Журнал Сиб. федер. ун-та. Гуманит. науки. 2023. № 16 (12). С. 2285–2297.

[19] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

[20] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011; *Свитич Л. Г.* Феноменология журналистики: моногр. К 95-летию Я. Н. Засурского. Ч. 1. Ноуменология журналистики. М.: ИКАР, 2024.

[21] Источники: *Свитич Л. Г.* Феномен журнализма. М.: ИКАР, 2000; *Свитич Л. Г.* Феноменология журналистики: моногр. К 95-летию Я. Н. Засурского. Ч. 1. Ноуменология журналистики. М.: ИКАР, 2024; *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004; *Фомичева И. Д.* Социология СМИ: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2007; *Ученова В. В.* Три грани теории журналистики. М.: Фак. журн. МГУ, 2009; *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

[22] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 57.

[23] Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное / под ред. *Г. В. Лазутиной*. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 24.

[24] *Свитич Л. Г.* Феноменология журналистики: моногр. К 95-летию Я. Н. Засурского. Ч. 1. Ноуменология журналистики. М.: ИКАР, 2024. С. 230.

[25] *Вартанова Е. Л.* Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1. С. 8–13. DOI: 10.30547/mediaalmanah.1.2022.813

[26] От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 50–51.

[27] Современное журналистское образование. Технология и особенности преподавания / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: МедиаМир, 2008. С. 14.

[28] Большая советская энциклопедия, М.: Советская энциклопедия, 2004–2017.

[29] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 57; *Калмыков А. А., Коханова Л. А.* Интернет-журналистика: учеб. пособие для студентов вузов М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.

[30] Один из журналов этой выборки — *World of Media* — издается на английском языке.

[31] Вестник Томского государственного университета. Серия Филология; *World of Media*; Вестник Московского университета. Серия Журналистика; Медиалингвистика; Вопросы теории и практики журналистики.

[32] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 58.

[33] От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 91, 95.

[34] Там же. С. 61.

[35] Там же. С. 59.

[36] *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011. С. 57–61.

[37] От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 16–17.

[38] *Дунас Д. В.* О целесообразности создания теории СМИ на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 1. С. 30–40.

[39] *Дунас Д. В.* О целесообразности создания теории СМИ на современном этапе // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 1. С. 30–40; *Макеенко М. И.* Направления трансформации теоретических подходов в россий-

ских исследованиях влияния цифровизации на медиа // Медиаскоп (электронный журнал). 2018. № 3; *Макеенко М. И.* Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 3–31; Вопросы теории и практики журналистики, 2016. № 4; Вопросы теории и практики журналистики, 2017. № 1.

[40] *Науменко Т. В.* Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2005; *Бакулев Г. П.* Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010; *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2009; *Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2011; *Кирия И.В., Новикова А. А.* История и теория медиа: учебник для вузов. М.: ИД Высшей школы экономики, 2018.

[41] От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / под ред. *Е. Л. Вартановой*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 95.

[42] *Лазутина Г. В.* (ред.) Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное. М.: Аспект Пресс, 2018. С. 73.

[43] *Свитич Л. Г.* Феноменология журналистики: моногр.. К 95-летию Я. Н. Засурского. Ч. 1. Ноуменология журналистики. М.: ИКАР, 2024. С. 232–233.

[44] *Смирнова О. В., Свитич Л. Г., Шкондин М. В.* Роль журналистики в медиатизирующемся жизненном мире повседневности // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9. №4. С. 595–611; *Тертычный А. А.* Познание и характер знания в журналистике // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 1. С. 80–87.

[45] *Долгова Ю. И.* Функции журналистики в контексте профессиональной культуры глазами российских студентов специальности «телевизионная журналистика» // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13. № 1. С. 88–106.

[46] Например: *Щепилова Г. Г.* Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010; *Гринберг Т. Э.* Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012.

[47] *Вартанов С. А.* Экономическая теория рекламы: эффекты и модели. М.: Изд-во Моск. ун-та: Фак. журн., 2023. С. 19–20.

[48] *Макеенко М. И., Выркovский А. В.* Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов // Меди@льманах. 2021. № 6. С. 24–31.

Библиография

Ашманов И. С., Касперская Н. И. Цифровая гигиена. СПб.: Питер, 2021.

Байчик А. В. Массмедиа. Ценности. Конфликт. СПб.: Изд-во РХГА, 2020.

Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2010.

Власова Е. Г. Адаптивная роль современной журналистики и приемы ее реализации (на материале урбанистически ориентированных сетевых изданий) // Медиалингвистика. 2022. № 9 (2). С. 113–125.

Добреньков В. И., Кравченко А. И. Социология: учебник. М.: ИНФРА-М, 2001.

Зорин К. А. Информация vs. отношения: к вопросу о демаркации журналистики и связей с общественностью // Меди@льманах. 2014. № 4. С. 6–13.

Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа: учебник для вузов. М.: ИД Высшей школы экономики, 2018.

Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М.: Аспект Пресс, 2009.

Корконосенко С. Г. Социальная интеграция в современной журналистике: потенциал и реализация // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11. № 3. С. 417–428.

Лабуш Н. С., Пую А. С. Медиатизация экстремальных форм политического процесса: революция, война, терроризм. СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2019.

Маккуэйл Д. Журналистика и общество: учеб. пособие. М.: Медиа-Мир; Фак. журн. МГУ, 2013.

Назаров М. М. Медиа: аудиторные тренды. Человек в современной российской медиасреде. М.: Ленанд, 2023.

Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации. СПб.: Питер, 2005.

Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 30–51. DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2021.3051

Новые медиа: социальная теория и методология исследования: словарь-справочник / отв. ред. *О. В. Сергеева, О. В. Терещенко*. СПб.: Алетейя, 2017.

Олешко В. Ф., Мухина О. С. Медиафриланс как новая реальность. И не только экономическая // Известия Уральск. фед. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27. № 1. С. 32–39. DOI 10.15826/izv1.2021.27.1.004

Панферова В. В., Владимирова Т. Н. Гуманистическая функция социальной журналистики // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 2. С. 246–255.

Рачков М. П., Суходолов А. П. PR-журналистика: право на существование // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. № 2. С. 169–173.

Самарцев О. Р. Цифровая реальность: Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. М.: Издательские решения, 2017.

Сидорская И. В. Журналистика, связи с общественностью, реклама: разграничение vs. взаимодействие // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2019. № 6. С. 155–175.

Суходолов А. П. Идеологическая функция журналистики // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 1 (5). С. 11–16.

Теория журналистики в России / под ред. *С. Г. Корконосенко*. СПб.: Алетейя, 2018.

McQuail D. (2010) *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage.

Picard R. (1989) *Media Economics: Concepts and Issues*. London: Sage.

Notes

Babyna D. A. (2023) Razvitie strimingovykh servisov v usloviyakh tsifrovykh transformatsiy mediasistemy Rossii [Russian streaming services development in conditions of Russian media system digital transformations]. *Medi@l'manakh* 6 (119): 85–92.

Bolshaya sovetskaya entsiklopediya [The Great Soviet Encyclopedia], 2004–2017.

Davydov S. G., Zamkov A. V., Krasheninnikova M. A., Lukina M. M. (2023) Ispolzovanie tekhnologiy iskusstvennogo intellekta v rossiyskikh media i zhurnalistike [The implementation of AI-technologies in Russian media and journalism]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 3–21.

Dolgova Yu. I. (2024) Funktsii zhurnalistiki v kontekste professionalnoy kultury glazami rossiyskikh studentov spetsialnosti «televizionnaya zhurnalistika» [Journalism functions in the professional culture context through the view of Russian television journalism students]. *Theoretical and practical issues of journalism* 13 (1): 88–106.

Dunas D. V. (2017) O tseleobraznosti sozdaniya teorii SMI na sovremennom etape [On the expediency of creating a media theory at the present stage]. *Theoretical and practical issues of journalism* 6 (1): 30–40.

Dunas D. V. (ed.) (2021) *Mediapotreblenie «tsifrovoy molodezhi» v Rossii* [Media consumption of digital youth in Russia]. Moscow: Lomonosov Moscow State University Publ.

Dunas D. V., Babyna D. A., Boyko O. A., Vartanov S. A., Vyugina D. M., Gureeva A. N., Gladkova A. A., Salikhova E. A., Tolokonnikova A. V., Filatkina G. S. (2023) Otrazhenie metanarrativov v molodezhnykh onlayn-soobshchestvakh (na primere VK i Telegram) [The metanarratives reflection in the youth online communities (on the examples of VK and Telegram)]. *Zhurn. Sib. feder. un-ta. Gumanit. Nauki* 16 (12): 2285–2297.

El-Bakri T. V. (2022) *Razvitie rossiyskoy audiovizualnoy industrii na etape tsifrovoy transformatsii* [The development of the Russian audiovisual industry at the stage of digital transformation]. Medi@l'manakh 6: 96–106.

Evstafiev V. A., Grinberg T. E. (2023) *Strategicheskie kommunikatsii. Teoriya i praktika* [Strategic communications. Theory and practice]. Moscow: Aspekt Press.

Fomicheva I. D. (2007) *Sotsiologiya SMI* [Media Sociology]. Moscow: Aspekt Press.

Grinberg T. E. (2012) *Kommunikatsionnaya kontseptsiya svyazey s obshchestvennostyu: modeli, tekhnologii, sinergeticheskiy effekt* [The communication concept of public relations: models, technologies, synergetic effect]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.

Kalmykov A. A., Kokhanova L. A. (2021) *Internet-zhurnalistika: ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Internet Journalism: student's book]. Moscow: YUNITI-DANA Publ.

Kolomiets V. P. (2020) *Mediatizatsiya media* [Mediatization of media]. Moscow: Lomonosov Moscow State University Publ.

Lazutina G. V. (2010) *Osnovy tvorcheskoy deyatelnosti zhurnalista* [The fundamentals of a journalist's creative process]. Moscow: Aspekt Press.

Lazutina G. V. (ed.) (2018) *Zhurnalistika v informatsionnom pole sovremennoy Rossii: dolzhnoe i realnoe* [Journalism and the information field of modern Russia: due and real]. Moscow: Aspekt Press.

Makeenko M. I., Vyrkovskiy A. V. (2021) Onlayn-proizvoditeli razvlekatelnogo kontenta kak uchastniki sotsialno-politicheskikh protsessov [Online content creators as actors in the realm of socio-political dynamics]. *Medi@l'manakh* 6: 24–31.

Poluekhtova I.A. (2023) *Televidenie i ego auditoriya v epokhu Interneta* [Television and its audience in the Internet epoch]. Moscow: Izdatelstvo Moskovskogo gumanitarnogo universiteta.

Prokhorov E. P. (2011) *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [An introduction to the basics of journalistic theory]. Moscow: Aspekt Press.

Shepilova G. G. (2010) *Reklama v SMI: istoriya, tekhnologii, klassifikatsiya* [Advertising in mass media: history, technologies, classification]. Moscow: Lomonosov Moscow State University Publ.

Smirnov S. S. (2021) Bankovskie struktury na rossiyskom rynke SMI: ekonomicheskie otnosheniya s mediaholdingami [Banking structures in the Russian media market: economic relations with media holdings]. *Medi@l'manakh* 5: 46–51.

Smirnova O. V., Svitich L. G., Shkondin M. V. (2020) Rol zhurnalistiki v mediatiziruyushchemsya zhiznennom mire povsednevnosti [The role of journalism in the mediatizing world of everyday life]. *Theoretical and practical issues of journalism* 9 (4): 595–611.

Svitich L. G. (2000) *Fenomen zhurnalizma* [Journalism phenomenon]. Moscow: IKAR Publ.

Svitich L. G. (2024) *Fenomenologiya zhurnalistiki. Monografiya. K 95-letiyu Ya.N. Zasurskogo. Chast 1 Noumenologiya zhurnalistiki* [The phenomenology of journalism. Monograph. To the 95th anniversary of Ya.N. Zasursky. Part 1 Noumenology of Journalism]. Moscow: IKAR Publ.

Tertychny A. A. (2013) Poznanie i kharakter znaniya v zhurnalistike [Cognition and the nature of knowledge in journalism]. *Theoretical and practical issues of journalism* 1: 80–87.

Theoretical and practical issues of journalism. 2016. № 4.

Theoretical and practical issues of journalism. 2017. № 1.

Tysheckaya A. Yu. (2023) Tsifrovye platformy i sovremennye mediakommunikatsii: aktualnye issledovatelskie podkhody [Digital platforms and modern media communications: modern research approaches]. *Mediaskop* 4. Accessed at: http://www.mediascope.ru/2839

Uchenova V. V. (2009) *Tri grani teorii zhurnalistiki* [Three facets of the theory of journalism]. Moscow: Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ.

Vartanov S. A. (2023) *Ekonomicheskaya teoriya reklamy: effekty i modeli* [Economic theory of advertising: effects and models]. Moscow: Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ.

Vartanova E. L. (2022) Menyayushchayasya arkhitektura media i tsifrovye platformy [The changing media architecture and digital platforms]. *Medi@l'manakh* 1: 8–13.

Vartanova E. L. (ed.) (2008) *Sovremennoe zhurnalistskoe obrazovanie: tekhnologiya i osobennosti prepodavaniya* [Contemporary journalistic training: technological aspects and pedagogical approaches]. Moscow: MediaMir.

Vartanova E. L. (ed.) (2017) *Industriya rossiyskikh media: tsifrovoe budushchee* [Russian media industry: digital future]. Moscow: MediaMir.

Vartanova E. L. (ed.) (2018) *Mediasistemy stran BRIKS: istoricheskiy genezis, osobennosti funktsionirovaniya* [Media systems of the BRICS countries: historical genesis, features of functioning]. Moscow: Aspekt Press.

Vartanova E. L. (ed.) (2019) *Ot teorii zhurnalistiki k teorii media. Dinamika mediaissledovaniy v sovremennoy Rossii* [From the theory of journalism to the theory of media. Dynamics of media research in modern Russia]. Moscow: Lomonosov Moscow State University Publ.

Zemlyanova L. M. (2004) *Kommunikativistika i sredstva informatsii: anglo-russkiy tolkovyy slovar kontseptsiy i terminov* [Communication studies and media: English-Russian explanatory dictionary of concepts and terms]. Moscow: Lomonosov Moscow State University Publ.

References

Ashmanov I. S., Kasperskaya N. I. (2021) *Tsifrovaya gigiena* [Digital hygiene]. Saint Petersburg: Piter Publ. (In Russian)

Baychik A. V. (2020) *Massmedia. Tsennosti. Konflikt* [Mass media. Values. Conflict]. Saint Petersburg: RHGA Publ. (In Russian)

Bakulev G. P. (2010) *Massovaya kommunikatsiya: zapadnye teorii i kontseptsii: ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Mass communication: western theories and concepts]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Dobrenkov V. I., Kravchenko A. I. (2001) *Sotsiologiya: uchebnik* [Social Sciences: Student's book]. Moscow: INFRA-M. (In Russian)

Dugin E. Ya. (2021) *Mediaindustriya v usloviyakh tsifrovykh transformatsiy* [Media industry in the digital transformation circumstances]. Moscow: «Kanon+» ROOI «Reabilitatsiya». (In Russian)

Kiriya I. V., Novikova A. A. (2018) *Istoriya i teoriya media* [Media history and theory]. Moscow: HSE Publ. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (2018) Teoriya *zhurnalistiki v Rossii* [Journalism theory in Russia]. Saint Petersburg: Aleteya. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (2009) *Osnovy zhurnalistiki* [The essentials of journalism]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (2022) Sotsialnaya integratsiya v sovremennoy zhurnalistike: potentsial i realizatsiya [Social integration in modern Journalism: potential and implementation]. *Theoretical and practical issues of journalism* 11 (3): 417–428. (In Russian)

Labush N. S., Puyu A. S. (2019) *Mediatizatsiya ekstremalnykh form politicheskogo protsessa: revolyutsiya, voyna, terrorizm* [The mediatization of extreme forms of political processes: revolutions, wars, and terrorism]. Saint Petersburg: Saint Petersburg University Publ. (In Russian)

McQuail D. (2010) *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage.

McQuail D. (2013) *Zhurnalistika i obshchestvo* [Journalism and society]. Moscow: MediaMir; Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University. (In Russian)

Naumenko T. V. (2005) *Sotsiologiya massovoy kommunikatsii* [Sociology of mass communication]. Saint Petersburg: Piter. (In Russian)

Nazarov M. M. (2023) *Media: auditornye trendy. Chelovek v sovremennoy rossiyskoy mediasrede* [Media: audience trends. Human in the modern Russian media space]. Moscow: Lenand. (In Russian)

Nigmatullina K. R. (2021) Mesto sotsialnykh setey v razvitii regionalnoy zhurnalistiki v Rossii [The place of social networks in the evolution of local journalism in Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 1: 30–51. (In Russian)

Oleshko V. F., Mukhina O. S. (2021) Mediafrilans kak novaya realnost. I ne tolko ekonomicheskaya [Media freelancing as a new reality. And not only economic]. *Izvestiya Uralskogo federalnogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i* kultury 27 (1): 32–39. (In Russian)

Panferova V. V., Vladimirova T. N. (2013) Gumanisticheskaya funktsiya sotsialnoy zhurnalistiki [The humanistic function of social journalism]. *Sotsialno-gumanitarnye znaniya* 2: 246–255. (In Russian)

Picard R. (1989) *Media Economics: Concepts and Issues*. London: Sage.

Rachkov M. P., Sukhodolov A. P. (2013) PR-zhurnalistika: pravo na sushchestvovanie [PR-journalism: the right to exist]. *Theoretical and practical issues of journalism* 2: 169–173. (In Russian)

Samartsev O. R. (2017) *Tsifrovaya realnost: Zhurnalistika informatsionnoy epokhi: faktory transformatsii, problemy i perspektivy* [Digital reality: the journalism of the information age: drivers of change, challenges, and opportunities]. Moscow: Izd. Resheniya. (In Russian)

Sidorskaya I. V. (2019) Zhurnalistika, svyazi s obshchestvennostyu, reklama: razgranichenie vs. vzaimodeystvie [Journalism, PR and advertising: differentiation vs. interaction]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6: 155–175. (In Russian)

Sukhodolov A. P. (2014) Ideologicheskaya funktsiya zhurnalistiki [Ideological function of journalism]. *Theoretical and practical issues of journalism* 1 (5): 11–16. (In Russian)

Vlasova E. G. (2022) Adaptivnaya rol sovremennoy zhurnalistiki i priemy ee realizatsii (na materiale urbanisticheski orientirovannykh setevykh izdaniy) [The adaptive role of modern *journalism and its implementation techniques (on the examples of urbanistic online media)]. Medialingvistika* 9 (2): 113–125. (In Russian)

Zorin K. A. (2014) Informatsiya vs. otnosheniya: k voprosu o demarkatsii zhurnalistiki i svyazey s obshchestvennostyu [Information vs. relationships: towards the issue of demarcation of journalism and public relations]. *Mediaal'manakh* 4: 6–13. (In Russian)

Поступила в редакцию
10.12.2024