ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Казаков Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского», Саратов, Россия; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

СТРУКТУРНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ПРОБЛЕМАТИКЕ МЕДИАГРАМОТНОСТИ

Статья содержит результаты комплексного анализа, нацеленного на выявление особенностей передовых отечественных исследований в сфере медиаграмотности и медиаобразования. Проанализированы специфика авторского корпуса публикаций, спектр рассматриваемых вопросов, ключевые слова, структура статей и их тип, используемые в качестве базовых методы исследования и определения медиаграмотности, выявлены наиболее часто цитируемые авторы и работы. Эмпирическим объектом стали 97 научных статей, опубликованных с 2015 по 2019 г. в журналах «Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика», «Медиаобразование», «Политическая лингвистика», «Полис», «Медиаскоп», «Политэкс» и «Медиалингвистика». Выявлены следующие проблемные зоны отечественных исследований: методологическая мешанина и ритуализация; вольные трактовки структурной композиции статей; отсутствие в академическом сообществе единого понимания сути медиаграмотности и медиаобразования.

Ключевые слова: *медийная грамотность, медиаобразование, массмедиа, научные журналы, методы исследования, тип статьи, Россия.*

Alexander A. Kazakov, PhD in Political Science, Associate Professor at the Chair of Political Science, Faculty of Law, Chernyshevsky Saratov National Research State University, Saratov, Russia; e-mail: aldr.kazakov@gmail.com

STRUCTURAL AND CONTENT FEATURES OF RUSSIAN RESEARCH ON MEDIA LITERACY

The article contains the results of a comprehensive analysis aimed at isolating the features and characteristics of advanced Russian research on media literacy and media education. Special attention is paid to the specifics of the corps of contributors; range of issues and keywords; structural elements and types of the articles; the most popular research methods and definitions of media literacy used by the authors; the most often cited papers and scholars. The empirical basis of this research includes 97 papers published from 2015 through 2019 in such scholarly journals as Herald of Moscow University. Series 10: Journalism, Media Education, Political Linguistics, Political Studies, Mediascope, Political Expertise, and Media

Linguistics. As a result, certain problems become evident. These are methodological mess and "ritualization"; free and subjective interpretations of the articles' structure; lack of uniform understanding of the essence of media literacy and media education within Russian academia.

Key words: *media literacy, media education, mass media, scholarly journals, research methods, type of the article, Russia.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2020.2852

Введение

В современном мире бо́льшую часть информации о происходящем человек получает из массмедиа. При этом предлагаемый аудитории контент далеко не всегда полностью соответствует реальности; нередко происходит намеренное искажение, фабрикация и замалчивание фактов в целях воздействия на адресата сообщения.

Приемы медиаманипулирования сознанием аудитории изучены достаточно хорошо. Куда реже ученые анализируют то, каким образом этому можно противостоять (комплекс связанных с этим знаний, умений и навыков принято называть медийной грамотностью). В зарубежных странах медийная грамотность уже давно является полноценным и интенсивно развивающимся сегментом образования и медиаисследований, в России же только начинает обретать отвечающие требованиям времени масштаб и динамику. В этой связи возникает необходимость в проведении обзорного исследования, нацеленного на выявление особенностей передовых отечественных исследований. Подобный анализ поможет сформулировать конкретные варианты решения проблем, стоящих сегодня перед отечественными теоретиками медийной грамотности, и наметить перспективные направления дальнейшего развития медиаобразовательных исследований.

Материалы и методология исследования

Эмпирическим объектом проведенного анализа стали опубликованные с 2015 по 2019 г. статьи таких научных журналов, как «Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика», «Медиаобразование», «Политическая лингвистика», «Полис», «Медиаскоп», «Политэкс» и «Медиалингвистика». Выбор изданий

объясняется в первую очередь их тематической ориентацией: вероятность встретить здесь статьи по тематике медиаграмотности была наибольшей. Немаловажным фактором был и статус изданий: на момент проведения исследования все они, кроме «Медиалингвистики», входили в перечень ВАК России, «Медиаобразование» и «Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика» индексировались в *Web of Science*, а «Полис» – в *Scopus* и *Web of Science*. Наконец, мы принимали во внимание их географию (кроме Москвы, это Санкт-Петербург, Екатеринбург и Таганрог) и импакт-фактор в Российском индексе научного цитирования *Science Index*.

Нужно признать, что предлагаемый набор изданий не может считаться исчерпывающе репрезентативным. Профильный журнал «Медиаобразование» традиционно уделяет интересующим нас вопросам больше внимания, чем остальные. Более того, отдельные аспекты медиаобразования могут трактоваться в нем иначе (в частности, с точки зрения педагогики), чем в изданиях более широкой тематической направленности. Однако в целом мы полагаем, что материалы, опубликованные в выбранных журналах, адекватно представляют состояние отечественных исследований по медийной грамотности в настоящий момент.

Итак, в результате просмотра всех выпусков указанных журналов, вышедших в период с 2015 по 2019 г., по интересующей нас теме было обнаружено 97 статей, которые мы условно разделили на две группы (предлагая такое деление, мы не даем оценки качества этих публикаций, а лишь фиксируем степень их соответствия интересующей нас тематике):

1. В группу «косвенные» (в гистограммах далее – «косв.») попали статьи, в которых рассматривались темы, не имеющие непосредственного отношения к вопросам медиаграмотности и медиаобразования, но при этом затрагивавшие смежные понятия и процессы (манипулирование, информационные войны, фейки, постправда, медиапотребление и т. д.). Всего для анализа было отобрано 55 таких статей.

2. Группу «медийная грамотность» (в гистограммах далее – «МГ») составили 42 публикации, непосредственно посвященные различным аспектам данного феномена и тесно связанного с ним медиаобразования. Под медиаграмотностью мы понимаем способность человека находить интересующие его материалы в масс-медиа, критически их оценивать, проверять достоверность и –

при необходимости – самому создавать элементарные информационные сообщения. Медиаобразование же – это более широкий и комплексный процесс усвоения человеком закономерностей массовой коммуникации, одним из результатов которого является качественный рост медиаграмотности конкретного индивида.

На рисунке 1 распределение статей по этим блокам представлено графически.



Рисунок 1. Распределение статей по журналам (в абсолютных значениях)

Как видим, большая часть «профильных» статей была опубликована в «Медиаобразовании». С одной стороны, это закономерно с учетом тематической направленности издания. С другой – представляется странным, что столь актуальная на сегодняшний день проблематика так мало занимает авторов других журналов. Разумеется, смежные проблемы так или иначе затрагиваются во всех статьях, отнесенных нами к разряду «косвенных». Однако реалии современной жизни давно требуют пристального внимания специалистов самого широкого профиля – политологов, социологов, филологов, философов, психологов – к вопросам медиаграмотности.

Обзор литературы

Комплексных исследований современного состояния отечественных научных разработок по проблематике медиаграмотности на самом деле очень немного. В 2020 г. А. В. Федоров и А. А. Левицкая опубликовали результаты анализа шестисот посвященных вопросам медиаобразования диссертаций, защищенных на постсоветском пространстве с 1960 по 2019 г. Один из выводов, к которым они

пришли, заключается в том, что в XXI в. советская эстетическая модель медиаобразования уступила место социокультурной и культурологической моделям (Fedorov, Levitskaya, 2020: 75). Несмотря на то что политологический ракурс анализа медиаграмотности не входит в наши задачи, сдвиг в сторону социального измерения данного феномена представляется нам важным.

В этом смысле интересен прогноз, сделанный А. В. Федоровым и А. А. Левицкой в отношении общих тенденций развития медиаобразования на постсоветском пространстве. По их мнению, «в обозримом будущем в развитии медиаобразования в странах СНГ и дальше будут доминировать социокультурные и практико-ориентированные модели (в большей степени это характерно для России) и модели, связанные с опорой на теорию развития критического мышления и защитную теорию медиаобразования (в большей степени это характерно, например, для Украины и Молдовы) и соответствующие им задачи» (2020: 118).

Упомянутые статьи вкупе с еще одной публикацией А. В. Федорова (Fedorov, 2009) и являются теми немногими работами, в которых предпринимаются попытки комплексного осмысления отечественных научных поисков по данной проблематике. Внушительная эмпирическая база, многоаспектность исследований, сбывшиеся (или сбывающиеся в настоящий момент) прогнозы – все это делает названные труды заслуживающими пристального внимания.

Нужно отметить, что в более широком контексте – в отношении медиаисследований в целом – подобные обзорные работы встречаются чаще. Так, например, проанализировав основные методы и направления развития теорий медиа в российском научном сообществе, М. И. Макеенко констатирует незначительный объем оригинальных теоретических и эмпирических результатов в отечественном научном дискурсе. По его мнению, «за пределами “академического дискурса” остается практически весь корпус классических и актуальных зарубежных текстов, монографий и научных статей, посвященных исследованиям и теориям медиа», а те работы, которые все же упоминаются, вовсе не обязательно предполагают «непосредственной и обоснованной апелляции к разрабатываемой/разработанной теории» (2017: 24).

К аналогичному выводу приходит и Д. В. Дунас, полагающий, что «современные российские исследования отличает и терминологический, и теоретико-концептуальный беспорядок, стремление освободиться от наследия советского теоретизирования в

условиях марксизма-ленинизма, сформулировать актуальное национальное своеобразие, идентичность в контексте зарубежного академического медиадискурса» (2017: 3).

Подобные критические оценки теоретико-методологической составляющей отечественных медиаисследований встречаются достаточно часто (Вартанова, 2012; Вартанова, 2015; Вырковский, Смирнов, 2018; Кучинов, 2016). Можно предположить, что это характерно и для работ в области медиаобразования.

В российской науке существует два основных подхода к анализу различных аспектов медийной грамотности и медиаобразования. Первый культивируется преимущественно педагогами, в центре внимания которых находятся образовательные нужды молодого поколения. Второй подход представлен медиаисследователями, которые помещают эти темы в более широкий контекст журналистики, лингвистики, психологии, социологии и ряда других наук, не ограничиваясь какими-либо возрастными рамками.

Конечно, такое деление во многом условно: есть авторы, которым удается сочетать в своих работах элементы обеих традиций. В качестве примера можно привести коллективную монографию «Медиа в образовательной среде: коммуникации и безопасность детей» (Вартанова, Фролова (ред.), 2018), в которой рассматриваются особенности функционирования массмедиа в среде учащихся и преподавателей, в том числе медиаграмотность школьников и учителей.

Нельзя сказать, что названные подходы друг другу противостоят: цель у них одна – раскрыть позитивный потенциал медиаграмотности. Однако достигается она различными путями – в рамках разных научных школ и традиций анализа.

Что же касается зарубежных обзорных исследований, то следует признать, что в Европе и Северной Америке практика подготовки подобных статей значительно более распространена, чем у нас. Одно из наиболее заметных исследований было проведено Дж. Поттером, который в 2010 г. подготовил подробный обзор публикаций, посвященных различным трактовкам медиаграмотности на протяжении последних десятилетий (Potter, 2010).

Надо отметить, что его статья вызвала в академическом сообществе бурную реакцию. В частности, Р. Хоббс отметила, что Поттер не уделил должного внимания появившимся в начале XXI в. трудам по медиаграмотности, написанным специалистами в сфере коммуникации, образования и даже здравоохранения (Hobbs,

2011 b). Кроме того, ученому, пишет Р. Хоббс, не удалось осознать глубину и сложность самого предметного поля медиаграмотности: «Поттер трактует современный этап развития исследований в сфере медиаграмотности как закономерное продолжение традиции анализа сквозь призму медиаэффектов <...> Однако такой подход оставляет за рамками внимания более 90% новейших интереснейших идей, которые разрабатываются учеными в настоящий момент» (Hobbs, 2011 a: 603).

На наш взгляд, примечателен сам факт спора по данному научному поводу, так как позволяет не только обсудить дискуссионные моменты, но и привлечь внимание научной общественности к обсуждаемым проблемам и совместно наметить перспективы их изучения. Отечественным исследованиям в сфере медиаграмотности подобных позитивно полемичных практик сегодня явно недостает.

В зарубежной традиции медиаграмотность является не только и не столько научным направлением, сколько стратегическим подходом, внедряемым на уровне государственной образовательной политики: много внимания уделяется административным аспектам медиаобразования, устраняются преграды на пути его развития в отдельных странах, предлагаются варианты решения существующих проблем (Bulger, Davison, 2018; Frau-Meigs, Torrent, 2009; Kubey, 1998; Wenzel, 2019).

Значительная часть зарубежных обзорных статей посвящена изучению медиаобразования и медиаграмотности как социального феномена. Среди прочего в них рассматриваются вопросы содержания и дизайна образовательных программ, педагогические техники и методы оценки уровня сформированности медиаобразовательных компетенций (Christ, Potter, 1998), вызовы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере медиаобразования (Cappello, Felini, Hobbs, 2011), дискуссии между экспертами (Hobbs, 1998) и др.

Вполне закономерно, что «западных ученых мало интересует то, как медиаобразование развивается на постсоветском пространстве» (Fedorov, Levitskaya, 2020: 65), они чаще всего фокусируют внимание на ситуации в собственных странах.

Результаты

Начнем с результатов анализа авторского корпуса отобранных публикаций. Всего авторами 97 статей стали 154 человека. Обратим внимание на наличие у них ученой степени. Если в абсо-

лютных значениях (см. рис. 2) разница между авторами «косвенных» статей и работ непосредственно по медиаграмотности в целом не столь существенна, то в процентах (см. рис. 3) очевидно превосходство научного статуса последних.

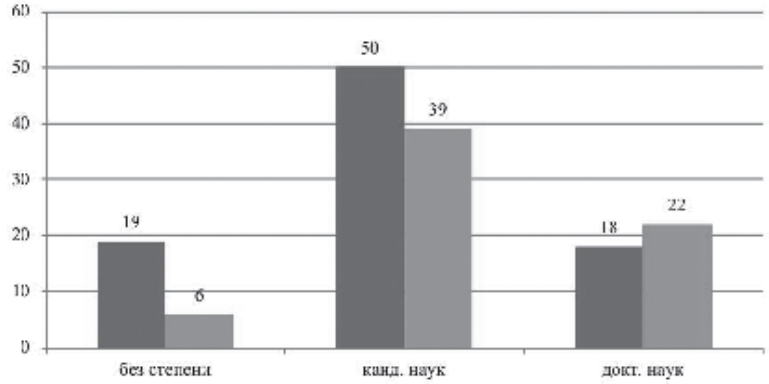


Рисунок 2. Наличие у авторов статей ученых степеней (кол-во чел.)

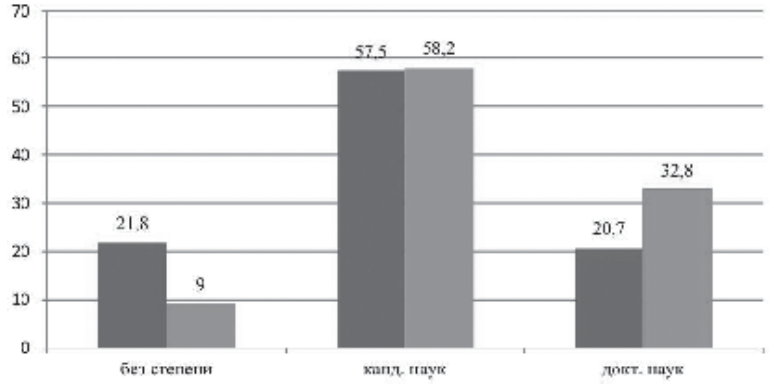


Рисунок 3. Наличие у авторов статей ученых степеней (% от общего кол-ва)

Любопытно также посмотреть, представители каких наук чаще всего обращаются к данной проблематике. Для удобства мы отдельно вычленили данные по кандидатам (см. рис. 4) и докторам (см. рис. 5) наук.

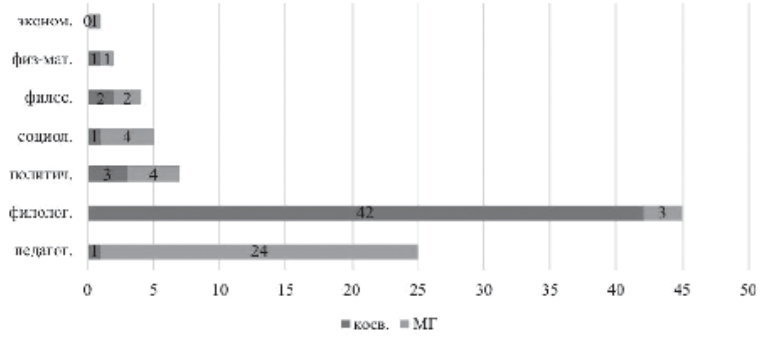


Рисунок 4. Отрасли ученых степеней: кандидаты наук (кол-во чел.)

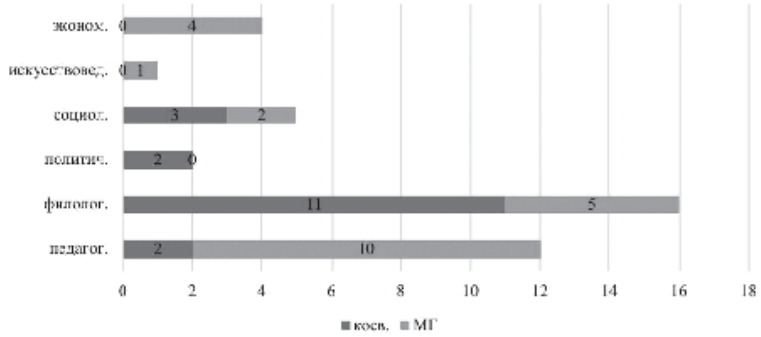


Рисунок 5. Отрасли ученых степеней: доктора наук (кол-во чел.)

Заметно, что филологи – как кандидаты, так и доктора наук – в основном фокусируются на «косвенной» проблематике, в то время как педагоги предпочитают анализировать саму медиаграмотность. Среди активно освещающего эти темы авторского коллектива «Вестника Московского университета. Серия 10: Журналистика» преобладают преподаватели и научные сотрудники факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова – в большинстве своем кандидаты и доктора филологических наук; а в «Медиаобразовании» печатаются преимущественно педагоги.

Показательно также, что среди представителей прочих наук есть социологи, философы, экономисты, искусствоведы и даже кандидаты физико-математических наук (см. рис. 6), но при этом

нет ни одного психолога. Учитывая весомую политическую составляющую рассматриваемого феномена, куда больше могло бы быть и политологов.

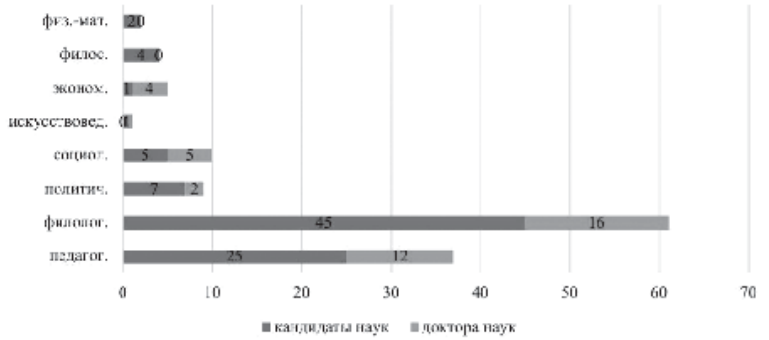


Рисунок 6. Отрасли ученых степеней: кандидаты и доктора наук (кол-во чел.)

Мы отдаем себе отчет в том, что используемая нами выборка (97 статей из семи журналов) недостаточно велика для того, чтобы делать какие-то глобальные выводы. Но определенные наблюдения и выводы можно делать и на ее основе, тем более что опыт знакомства с материалами других изданий в целом подтверждает отмеченные выше закономерности.

Завершая анализ авторских коллективов рассматриваемых журналов, обратим внимание на еще один момент (см. рис. 7).

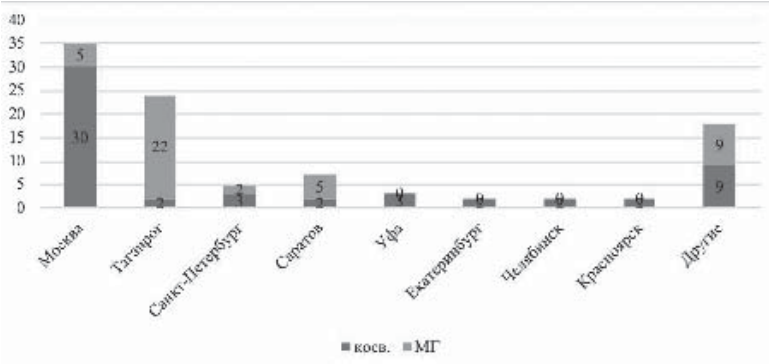


Рисунок 7. География рабочих мест авторов статей (кол-во чел.)

На рисунке 7 представлены города, жители которых публиковали статьи по интересующей нас тематике; упоминаются лишь те из них, в которых проживают два и более автора либо один, но опубликовавший несколько статей. Лидерство Москвы в этом ряду может быть объяснено тем, что в столице сосредоточено сразу несколько вузов (МГУ имени М. В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, РГГУ, РАНХиГС при Президенте РФ, МГИМО), сотрудники которых занимаются разработкой проблем медиаобразования и медиасферы в целом, а также выпускается три из семи анализируемых журналов. Таганрог попал в число лидеров благодаря сильнейшей школе медиаобразования и одноименному журналу.

Все многообразие затрагиваемых отечественными учеными аспектов мы решили свести в несколько тематических блоков. Причем, учитывая содержательную разницу выделенных ранее групп («косвенные» и «МГ») и исходя из содержания проанализированных статей, эти блоки были сгенерированы отдельно – для каждой из упомянутых категорий.



Рисунок 8. Содержательные блоки «косвенных» статей (% от общего кол-ва статей)

Как видно из рисунка 8, бо́льшая часть статей так или иначе касается политических аспектов информационного противоборства или вариантов манипулирования общественным сознанием (25,3% и 21,1% соответственно). В полной мере осознавая различия между манипуляцией и воздействием, мы тем не менее решили объединить посвященные им материалы в один блок, так как

часто эти понятия рассматривались параллельно – в рамках одной статьи.

Вместе с тем, несмотря на очевидно манипулятивную природу фейков и постправды, статьи о них были выделены в самостоятельный блок: очень уж много было публикаций, в которых обособленно анализировались эти феномены.

Наименее востребованным блоком оказался «фактчекинг/верификация». Иными словами, по сравнению со всеми другими содержательными сферами, возможности противостояния многочисленным медийным манипуляциям в настоящий момент интересуют исследователей меньше всего. Хотя, казалось бы, здесь наука могла бы быть действительно полезной в повседневной жизни людей.

Еще более удивителен тот факт, что в работах по медийной грамотности эта тема не поднималась вовсе.



Рисунок 9. Содержательные блоки статей по медиаграмотности (% от общего кол-ва статей)

С большим отрывом здесь лидируют статьи по самым разнообразным вопросам медиаобразования и медиакритики. Акцент в них в основном делается на специфике преподавания медиаграмотности различным категориям обучающихся. Кроме этого, рассматриваются отдельные теоретические и терминологические аспекты, предпринимаются попытки измерить уровень сформированности медиакомпетенций, показывается роль медиаобразования в гармонизации межэтнического и межкультурного взаимодействия.

Обращает на себя внимание тот факт, что, в отличие от корпуса «косвенных» статей, сравнительно мало публикаций о политиче-

ской составляющей медиаграмотности. Хотя, на наш взгляд, как и фактчекинг, это одно из самых актуальных на сегодняшний день направлений. Ведь именно медиаграмотность является важнейшим фактором и условием формирования политической культуры человека.

Тематические особенности отобранных статей в целом подтверждаются и результатами анализа ключевых слов. Собрав все ключевые слова, указанные во всех публикациях каждой из двух групп, мы получили список тех, что использовались более одного раза. В таблицах 1 и 2 перед каждым из таких слов указано суммарное количество его упоминаний в разделе «ключевые слова».

Таблица 1

Ключевые слова «косвенных статей» (кол-во упоминаний)

17 СМИ	3 цифровое поколение
13 медиатекст	3 эвфемизм
11 политический дискурс	2 английский язык
10 медиадискурс	2 воздействие
8 медиапотребление	2 дезинформация
8 фейк	2 идентичность
7 медиалингвистика	2 интерпретация
5 манипулятивный	2 информационные технологии
5 манипуляция	2 информация
5 социальные сети	2 кликбейт
4 аудитория	2 лексемы
4 журналистика	2 ложь
4 Интернет	2 манипулирование
4 медиаграмотность	2 медиаобразование
4 новости	2 медиатизация
4 постправда	2 немецкие СМИ
3 интернет-СМИ	2 онлайн-новости
3 массмедиа	2 поколение Z
3 медиакомпетентность	2 политическая коммуникация
3 медиакритика	2 речевое воздействие
3 новостные ресурсы	2 Россия
3 потребление новостей	2 язык СМИ
3 телевидение	

В полном соответствии с логикой распределения публикаций на две группы, самыми востребованными у авторов «косвенных» статей оказались широкие понятия: СМИ, медиатекст, политический дискурс, медиадискурс, медиапотребление и фейк.

Таблица 2

Ключевые слова статей по медиаграмотности (кол-во упоминаний)

19 медиаобразование	4 школьники
11 media education	3 model
11 медиаграмотность	3 media text
11 медиакомпетентность	3 Russia
7 медиакритика	3 society
6 media competence	3 students
6 media literacy	3 студенты
6 медиакультура	2 English-speaking countries
5 media	2 interethnic tolerance
5 медиа	2 критерии медиакомпетентности
4 CIS	2 критическое мышление
4 mass culture	2 образование
4 school	2 Россия
4 university	2 синтез
4 массмедиа	2 Узбекистан
4 медиатекст	2 учебная программа

Во главе рейтинга ключевых слов в статьях непосредственно по медийной грамотности так же предсказуемо оказались более «профильные» медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, медиакритика и медиакультура. (Заметим, что, так как с 2018 г. журнал «Медиаобразование» выходит на английском языке, ряд ключевых слов здесь – на английском.) Показательным можно считать также то, что слов, упомянутых более одного раза, в первой группе набралось 45, а во второй – только 32 (некоторые из них являются англоязычными эквивалентами русских терминов, так что в реальности их еще меньше).

Еще одной важной характеристикой статьи является ее структура. Здесь мы исходили из принятой за рубежом практики деления научного текста на такие разделы, как введение, обзор литературы, цели и задачи, гипотеза, методология, результаты, дискуссия и выводы. Заметим при этом, что в рамках международного стандарта оформления научных работ *IMRAD* цели, задачи и гипотеза, как правило, являются частью введения. Вместе с тем в ведущих североамериканских и европейских журналах нам нередко встречались статьи, в которых эти блоки оформлялись в качестве самостоятельных. Однако отсутствие какого-либо из названных элементов не является недостатком статьи. Нам представлялось важным соотнести отечественные исследования с лучшими мировыми образцами и показать, на какие стандарты нужно ориенти-

роваться, чтобы опубликовать свою работу в качественном иностранном издании.

Иногда в статьях могло не быть соответствующих разделов, при этом в тексте можно было встретить искомый элемент (скажем, не было отдельного блока «обзор литературы», однако описание вклада предшественников присутствовало), в данном случае мы делили показатели не по типу статьи (на «косвенные» и непосредственно по медийной грамотности), а по характеру представленности обозначенных структурных элементов: «раздел» обозначает наличие конкретного блока в статье, «в тексте» – его формальное отсутствие, но при наличии соответствующего содержания.

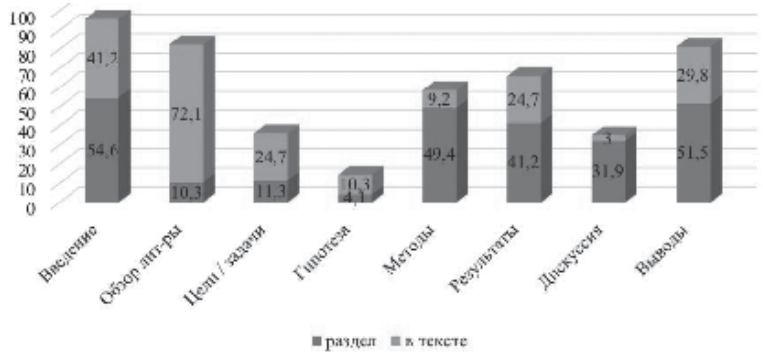


Рисунок 10. Соотношение структурных элементов статей (% от общего кол-ва статей)

О чем могут говорить данные, представленные на рисунке 10? Прежде всего – о том, что далеко не всегда журналы предъявляют строгие требования к структуре публикуемых в них материалов. Не беремся утверждать, хорошо это или плохо, просто констатируем факт: лишь два элемента из восьми – введение и выводы – имеются более чем в половине статей. Обзор литературы, методология и результаты составляют 50% лишь с учетом присутствия соответствующего содержания в тексте (при этом не будучи выделенными формально). Наконец, гипотеза, дискуссия, цели и задачи являются скорее редкостью, нежели привычной практикой.

В отличие от рассмотренных выше особенностей, этот показатель можно смело распространять на все статьи данных журналов. Более того, анализ статей из других изданий показывает аналогич-

ную картину. Воздерживаясь от каких-либо оценочных суждений, подчеркнем, что все это (в частности, отсутствие отдельных структурных элементов статьи) может стать препятствием на пути интеграции отечественных медиаисследователей в мировое научное сообщество. Так, например, во многих зарубежных журналах формулировка гипотезы исследования и дискуссия являются обязательными элементами статьи. При этом под дискуссией понимается не столько анализ литературы (как это нередко бывает в отечественных изданиях), сколько обсуждение каких-либо спорных вопросов, достоинств и недостатков (с акцентом на последних) собственного исследования, а также перспектив его дальнейшего развития.

По нашим наблюдениям, гораздо больше внимания там уделяется и методологии исследования. В отечественных же статьях соответствующие разделы присутствуют чуть более чем в половине случаев и зачастую носят формальный характер. В подтверждение данного тезиса приведем результаты анализа методологических составляющих отобранных публикаций (числа обозначают количество раз, когда тот или иной метод был упомянут в статьях):

13 анкетирование
11 контент-анализ
9 обобщение
9 синтез
8 классификация
7 сравнительный анализ
5 теоретический анализ
4 дискурс-анализ
4 фокус-группа
3 анализ научной литературы
3 анализ результатов социологических опросов
3 сбор данных
2 анализ
2 лингвистический анализ
2 онлайн-анкетирование

Полученные данные свидетельствуют о преобладании общенаучных (синтез, анализ, сравнительный анализ, обобщение) методов и общих методов гуманитарных наук (анкетирование, фокус-групповое исследование). К числу специфических методов, используемых в коммуникативистике или науках о СМИ в целом, можно отнести контент-анализ, дискурс-анализ и лингвистиче-

ский анализ. Некоторые из упомянутых в статьях методов едва ли можно считать методами анализа: например, классификацию, теоретический анализ, анализ научной литературы, анализ результатов социологических опросов, сбор данных, когнитивную лингвистику, политическую лингвистику, реферирование, критическое осмысление, сбор данных и некоторые другие.

В статьях практически не упоминаются другие теоретические конструкции – подходы, теории, концепции и парадигмы. В 97 статьях мы обнаружили всего два случая осознанного использования теории, которая, правда, во втором случае называлась концепцией: имеется в виду теория использования и удовлетворения.

Все это может говорить либо о своеобразной «ритуализации» методологических частей статей (нередко одни и те же формулировки «кочуют» из одной публикации в другую), либо о недостаточной методологической подготовке самих авторов. Так или иначе, именно методологические разделы представляются одной из наиболее проблемных зон проанализированных научных трудов.

В силу относительной новизны категории *медийная грамотность/медиаграмотность* представляется важным выяснить, какой смысл вкладывают в это понятие авторы статей. В 42 статьях встречаются всего пять-шесть разъяснений того, что автор сам понимает под медиаграмотностью или от чьего определения отталкивается. Статей, в которых приводились бы существующие на сегодняшний момент дефиниции, значительно больше. Проблема лишь в том, что авторы далеко не всегда поясняют, к какой из них они сами склоняются и почему.

Практика трактовки медийной грамотности как бы «по умолчанию» также нуждается в корректировке: поскольку термин используется в различных значениях, это естественным образом затрудняет научную коммуникацию.

Во многом интегральной по отношению к рассмотренным выше аспектам является еще одна характеристика статей – их тип. За основу классификации были взяты варианты, предложенные С. В. Чугровым, который выделил теоретическую, эмпирическую, обзорную, полемическую, научно-популярную разновидности научных публикаций плюс рецензии (2015: 162–163). Поскольку научно-популярный тип статьи нам ни разу не встретился, он был заменен на эссе и реферативные материалы.

Коротко поясним, что обозначает каждый из названных вариантов. В теоретических статьях, как правило, рассматриваются общие

связанные с медиаграмотностью и медиаобразованием вопросы; в эмпирических же чаще всего приводятся результаты конкретных практических исследований (опросов, анкетирования, экспериментов и т. д.). Обзорные статьи дают характеристику какой-либо сферы медиаобразования или его состояния в отдельно взятой стране. Полемические публикации предполагают дискуссию автора с носителем альтернативной точки зрения. Рецензии содержат краткий обзор и анализ конкретной работы другого ученого.

Под эссе подразумеваются статьи, авторы которых в свободной форме (как правило, без использования формальных атрибутов научного труда – формулировки цели и задач, обзора литературы, ссылок и т. д.) излагают собственное видение того или иного вопроса. Наконец, в разряд реферативных мы отнесли публикации, в которых перечисляются существующие по конкретной проблеме подходы, определения, классификации, но при этом четко не артикулируется авторская позиция. В отличие от обзорных статей, здесь не ставится задача комплексного анализа, автор просто приводит позиции отдельных ученых по интересующему его вопросу.

Результаты распределения статей по данному основанию можно наблюдать на рисунке 11. Случаев отнесения статей к конкретному типу чуть больше общего числа самих публикаций, потому что в силу своего пограничного характера несколько статей были отнесены к двум типам одновременно.

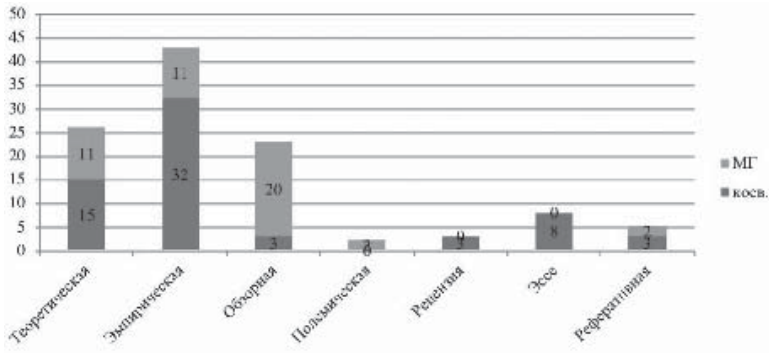


Рисунок 11. Разновидности статей (в абсолютных значениях)

Налицо очевидное количественное превосходство эмпирических исследований. В большинстве случаев в них содержатся ре-

зультаты социологических опросов или же анкетирования и педагогических экспериментов, проведенных самими авторами.

Более любопытным представляется то, что на третьем месте (с очень незначительным отставанием от второго) оказались обзорные труды. Причем подавляющая их часть приходится на статьи по медийной грамотности. Это может быть связано с тем, что в своей динамике отечественная традиция медиаобразования отстает от соответствующих практик в европейских и североамериканских странах, поэтому обоснованными представляются попытки обобщения зарубежного опыта работы в данной сфере.

Обращает на себя внимание и тот факт, что обе полемические публикации были пограничными – то есть классифицировались сразу по двум рубрикам: значительная их часть представляла собой заочную дискуссию с одним или несколькими учеными, но сама статья имела также признаки обзорной. В западной науке, по нашим наблюдениям, полемические статьи встречаются чаще, не говоря уже о том, что элементы полемики практически всегда присутствуют и в разделах «дискуссия».

Снова воздержимся от какой-либо оценочности. Отметим лишь, что недостаточно оригинальные и интересные статьи не могут способствовать динамичному развитию российского медиаобразования.

Наконец, еще один аспект, который мы посчитали показательным: это литература и конкретные ученые, на которых ссылаются авторы. Отобрав только те наименования и тех авторов, которые встречались в списках литературы минимум два раза, мы получили следующие результаты.

Таблица 3

Наиболее часто цитируемые авторы и работы (кол-во авторов и работ)

Авторы и работы	**«Косвенные» статьи (55 публикаций)**		**Статьи по медиаграмотности (42 публикации)**	
	всего	**разбивка**	**всего**	**разбивка**
Зарубежные авторы	45 чел.	3 чел. – по 6 раз 2 чел. – по 5 раз 2 чел. – по 4 раза 12 чел. – по 3 раза 26 чел. – по 2 раза	82 чел.	по 1 чел. – по 15, 13, 8, 6 и 5 раз 2 чел. – по 11 раз 2 чел. – по 7 раз 4 чел. – по 4 раза 12 чел. – по 3 раза 57 чел. – по 2 раза

Окончание таблицы 3

Российские авторы	103 чел.	1 чел. – 23 раза 1 чел. – 12 раз 1 чел. – 11 раз 4 чел. – по 8 раз 2 чел. – по 7 раз 5 чел. – по 6 раз 9 чел. – по 5 раз 6 чел. – по 4 раза 25 чел. – по 3 раза 49 чел. – по 2 раза	90 чел.	9 чел. – по 10 раз и более 15 чел. – по 5 – 9 раз 9 чел. – по 4 раза 12 чел. – по 3 раза 45 чел. – по 2 раза
Зарубежные работы	19 статей	4 работы – по 3 раза 15 работ – по 2 раза	40 статей	по 1 работе – по 7, 6, 5 и 4 раза 5 работ – по 3 раза 31 работа – по 2 раза
Российские работы	45 статей	1 работа – 6 раз 1 работа – 4 раза 12 работ – по 3 раза 31 работа – по 2 раза	80 статей	1 работа – 7 раз 2 работы – по 6 раз 1 работа – по 5 раз 7 работ – по 4 раза 21 работа – по 3 раза 48 работ – по 2 раза

Как мы видим, количество отечественных авторов и работ, попавших в перечень процитированных более одного раза, в обоих случаях (применительно к «косвенным» статьям и публикациям по медиаграмотности) больше, чем иностранных. Кроме того, по сравнению с «косвенными» трудами, бросается в глаза почти двукратный перевес числа иностранных авторов и работ, цитируемых в статьях по медийной грамотности. Полагаем, желание ссылаться на признанные в мире авторитеты также может быть связано с отставанием в динамике развития отечественного медиаобразования по сравнению с европейским и североамериканским, в то время как в «косвенных» статьях эта проблема не является столь насущной.

Если говорить о персоналиях, то в число наиболее цитируемых авторов в «косвенных» публикациях попали – среди зарубежных ученых – Т. А. ван Дейк, Н. Хоув и В. Страусс (по 6 ссылок), М. Маклюэн и Ж. Бодрийяр (по 5); а среди россиян Е. Л. Вартанова (21 ссылка), А. П. Короченский (12), И. М. Дзялошинский (11), А. В. Колесниченко, М. М. Назаров, А. А. Тертычный и А. В. Толоконникова (по 8), Д. В. Дунас и Т. С. Черевко (по 7).

В статьях по медиаграмотности самыми часто цитируемыми зарубежными учеными оказались Д. Бакинэм (15 ссылок), Дж. Поттер (13), Р. Хоббс и Л. Мастерман (по 11), А. Силверблатт (8), К. Бэзэлгэт и У. Эко (по 7); а российскими – А. В. Федоров (124

ссылки), И. В. Челышева (40), А. А. Левицкая (40), Г. В. Михалева (20), Н. И. Гендина (18), А. В. Шариков (14), А. П. Короченский (13), И. М. Дзялошинский (11), Е. В. Мурюкина (10), Н. Б. Кириллова (9), И. В. Жилавская (8), Е. Л. Вартанова (8).

Среди авторов, чаще всего цитируемых в «косвенных» работах, преобладают москвичи, а в статьях по медиаграмотности – представители таганрогской школы медиаобразования плюс ученые из некоторых других городов России, что связано с уже отмечавшейся выше «специализацией» ведущих журналов страны по данной проблематике.

Выводы

Подводя итог, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, очевидно наличие в российской науке двух ярко выраженных академических центров по исследованию комплекса связанных с медиаграмотностью вопросов. Прежде всего, это таганрогская школа медиаобразования во главе с А. В. Федоровым, усилиями которой выпускается профильный журнал, аккумулирующий отечественные научные разработки в данной сфере. Более обширный круг тем характерен для московских ученых (в первую очередь – преподавателей и научных сотрудников возглавляемого Е. Л. Вартановой факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова) и авторов издаваемых в столице журналов – «Вестника Московского университета. Серия 10: Журналистика» и «Медиаскопа».

Различия между этими двумя традициями заключаются не только в широте спектра затрагиваемых вопросов, но и в преобладающих ракурсах их рассмотрения. Так, если в первом случае можно говорить о доминировании медиаобразовательного и медиакритического подходов, то во втором заметен акцент на анализе лингвистических средств воздействия на сознание аудитории и особенностей медиапотребления различных групп населения. Подобное разграничение можно распространить и на весь корпус отобранных статей.

Во-вторых, анализ содержания публикаций дает основания утверждать, что одним из наиболее уязвимых элементов является методология. Соответствующие разделы присутствуют далеко не везде, но даже там, где они есть, не всегда идет речь о реально использованных авторами инструментах анализа. Преобладание об-

щенаучных методов, «механическое» упоминание стандартного, кочующего из одной статьи в другую набора исследовательских механизмов позволило нам говорить о своеобразной ритуализации процесса подготовки методологических частей статей.

Еще одной особенностью отечественных публикаций можно считать отсутствие строгих требований к структуре статей. Формулировки гипотезы, цели и задач, дискуссия – эти составляющие встречаются значительно реже других необходимых элементов научного текста. Вкупе с относительной слабостью методологического блока это вполне может быть одним из препятствий на пути интеграции отечественных специалистов по медиаграмотности в мировую науку.

Наконец, в-третьих, трудно не заметить, что на фоне преобладания педагогического и лингвистического подходов во многом периферийное положение занимает политологический взгляд на комплекс связанных с медийной грамотностью вопросов. Причем проявляется это не только в том, что среди авторов статей не так много политологов, но и в том, что сами по себе политические аспекты медиаобразования зачастую остаются за рамками внимания исследователей. Между тем реалии современной жизни таковы, что именно этот ракурс становится все более актуальным и востребованным: масштаб и последствия осуществляемых в политических целях манипуляций массовым сознанием настоятельно требуют все более тщательного осмысления со стороны научного сообщества. В частности, до сих пор нет обоснованных ответов на вопросы о пределах влияния манипулятивных технологий на аудиторию, о факторах, обуславливающих их эффективность, о последствиях их применения для политической системы и режима, о наиболее эффективных возможностях противодействия им.

Библиография

Вартанова Е. Л. О необходимости модернизации концепций 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.

Вырковский А. В., Смирнов С. С. Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты // Вестн. Моск. ун-та.

Сер. 10: Журналистика. 2018. № 5. С. 27–47. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.2747

Дунас Д. В. Парадигмальный подход к изучению СМИ: опыт зарубежных исследователей // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 4. С. 3–16.

Кучинов А. М. Подходы и методики для исследования текстов и дискурса в политологии: опыт классификации // Полис. Политические исследования. 2016. № 5. С. 80–96. DOI: 10.17976/jpps/2016.05.07

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.

Медиа в образовательной среде: коммуникации и безопасность детей: колл. моногр. / под ред. *Е. Л. Вартановой и Т. И. Фроловой*. М.: Фак. журн. МГУ, 2018.

Федоров А. В., Левицкая А. А. Медиаобразовательные ориентиры в странах СНГ: прогноз на будущее // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2020. № 1. С. 118–128.

Чугров С. В. Научная статья: плод творчества, ремесла или озарения? // Полис. Политические исследования. 2015. № 3. С. 160–176. DOI: https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.11

Bulger M., Davison P. (2018) The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education* 10 (1): 1–21. DOI: https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1

Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on Global Developments in Media Literacy Education: Bridging Theory and Practice. *Journal of Media Literacy Education* 3 (2): 66–73.

Christ W., Potter W. (1998) Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication* 48 (1): 5–15. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02733.x

Fedorov A. (2009) Evolution of Russian scientific research in the field of media education. *Media Education* 2: 9–64. DOI: 10.2139/ssrn.2625038

Fedorov A., Levitskaya A. (2020) Dissertation Researches on Media Literacy Education in Commonwealth of Independent States (CIS). *Media Education* 60 (1): 63–99. DOI: 10.13187/me.2020.1.63

Frau-Meigs D., Torrent J. (eds.) (2009) *Mapping Media Education Policies in the World.* New York: United Nations Alliance of Civilizations, UNESCO European Commission. Grupo Comunicar.

Hobbs R. (1998) The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement. *Journal of Communication* 48 (1): 16–32. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02734.x

Hobbs R. (2011 a) The State of Media Literacy: A Rejoinder. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55 (4): 601–604. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.619399

Hobbs R. (2011 b) The State of Media Literacy: A Response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55 (3): 419–430. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.597594

Kubey R. (1998) Obstacles to the Development of Media Education in the United States. *Journal of Communication* 48 (1): 58–69.

Potter W. (2010) The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54 (4): 675–696. DOI: https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462

Wenzel A. (2019) To Verify or to Disengage: Coping with "Fake News" and Ambiguity. *International Journal of Communication* 13: 1977–1995.

References

Bulger M., Davison P. (2018) The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education* 10 (1): 1–21. DOI: https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1

Cappello G., Felini D., Hobbs R. (2011) Reflections on Global Developments in Media Literacy Education: Bridging Theory and Practice. *Journal of Media Literacy Education* 3 (2): 66–73.

Christ W., Potter W. (1998) Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication* 48 (1): 5–15. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02733.x

Chugrov S. V. (2015) Nauchnaja stat'ja: plod tvorchestva, remesla ili ozarenija? [A Scientific Article: a Fruit of Creative Art, Craft, or a Stroke of Genius?]. *Polis. Politicheskie issledovanija* 3: 162–163. DOI: https://doi.org/10.17976/jpps/2015.03.11 (In Russian)

Dunas D. V. (2017) Paradigmal'nyj podhod k izucheniju SMI: opyt zarubezhnyh issledovatelej [A Paradigmatic Approach to Media Studies: the Experience of Foreign Researchers]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 4: 3–16. (In Russian)

Fedorov A. (2009) Evolution of Russian Scientific Research in the Field of Media Education. *Media Education* 2: 9–64. DOI: 10.2139/ssrn.2625038

Fedorov A., Levitskaya A. (2020) Dissertation Researches on Media Literacy Education in the Commonwealth of Independent States (CIS). *Media Education* 60 (1): 63–99. DOI: 10.13187/me.2020.1.63

Fedorov A., Levitskaya A. (2020) Mediaobrazovatel'nye orientiry v stranah SNG: prognoz na budushhee [Media Education Vectors in the CIS Countries: a Forecast for the Future]. *Crede Experto: transport, obshhestvo, obrazovanie, jazyk* 1: 118–128. (In Russian)

Frau-Meigs D., Torrent J. (eds). (2009) *Mapping Media Education Policies in the World*. New York: United Nations Alliance of Civilizations, UNESCO European Commission. Grupo Comunicar.

Hobbs R. (1998) The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement. *Journal of Communication* 48 (1): 16–32. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02734.x

Hobbs R. (2011 a) The State of Media Literacy: A Rejoinder. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55 (4): 601–604. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.619399

Hobbs R. (2011 b) The State of Media Literacy: A Response to Potter. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55 (3): 419–430. DOI: http://dx.doi.org/10.1080/08838151.2011.597594

Kubey R. (1998) Obstacles to the Development of Media Education in the United States. *Journal of Communication* 48 (1): 58–69.

Kuchinov A. M. (2016) Podhody i metodiki dlja issledovanija tekstov i diskursa v politologii: opyt klassifikacii [Approaches and Methods for the Study of Texts and Discourse in Political Science: Classification Experience]. *Polis. Politicheskie issledovanija* 5: 80–96. DOI: 10.17976/jpps/2016.05.07 (In Russian)

Makeenko M. I. (2017) Razvitie teorij media v rossijskih nauchnyh zhurnalah v 2010-e gg.: rezul'taty pervogo jetapa issledovanij [Elaboration of Media Theories in Russian Academic Journals in the 2010s: Results of the First Stage of the Research]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 3–31. (In Russian)

Potter W. (2010) The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54 (4): 675–696. DOI: https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462

Vartanova E. L. (2012) O neobhodimosti modernizacii koncepcij zhurnalistiki i SMI [On the Need to Update the Concepts of Journalism and Mass Media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 7–26. (In Russian)

Vartanova E. L. (2015) Sovremennye rossijskie issledovanija SMI: obnovlenie teoreticheskih podhodov [Modern Russian Media Studies (a Renewal of Theoretical Approaches)]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6: 5–26. (In Russian)

Vartanova E., Frolova T. (eds.) (2018) *Media v obrazovatel'noj srede: kommunikacii i bezopasnost' detej* [Media Within Educational Environment: Communications and Kids' Safety]. Moscow: MSU Faculty of Journalism. Publ. (In Russian)

Vyrkovsky A. V., Smirnov S. S. (2018) Otechestvennyj nauchnyj mediadiskurs: struktura, osobennosti, kljuchevye koncepty [Russian Scientific Media Discourse: Structure, Special Features and Key Concepts]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 27–47. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.2747 (In Russian)

Wenzel A. (2019) To Verify or to Disengage: Coping with "Fake News" and Ambiguity. *International Journal of Communication* 13: 1977–1995.

Поступила в редакцию
12.06.2020

ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кругликова Ольга Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: o.kruglikova@spbu.ru

Сонина Елена Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики СПбГУ, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: e.sonina@spbu.ru

СПЕЦИФИКА ВЕРБАЛЬНО-ВИЗУАЛЬНОГО БЫТОВАНИЯ МЕТАФОРЫ «ОКНО В ЕВРОПУ» В РУССКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ XIX – НАЧАЛА XX в.[1]

В статье анализируется специфика визуального и текстового бытования метафоры «окно в Европу» в русской журналистике XIX – начала XX в. Сентенция Ф. Альгаротти, перефразированная Пушкиным, приобрела символическое значение в политическом дискурсе России XIX в. Метафора широко использовалась журналистикой в тексте и иллюстрации как инструмент полемики о целях, масштабах и последствиях Петровских реформ. На материале 24 вербальных и 16 визуальных репрезентаций метафоры, выявленных в периодике, письмах и мемуарах, утверждается, что интерпретации ее варьировались в зависимости от политической позиции изданий – от синонима благотворного развития и прогресса до символа разрушения русской самобытности и тоталитарных устремлений власти. Активное использование метафоры обусловлено влиянием литературного процесса на общественно-политический диалог XIX в., приводившим к символизации и поэтизации публицистического текста. На протяжении всего XIX в. метафора сохраняла полемическое образное звучание за счет разнообразных аналогий и сложных реминисценций, в то время как к началу XX в. утратила былую образность, обратившись в штамп.

Ключевые слова: *Петр I, окно в Европу, политическая полемика, сатирическая графика.*