# Вестник Московского университета

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

Основан в ноябре 1946 г.

*Серия 10* **ЖУРНАЛИСТИКА**

Издательство Московского университета

**№ 5 • 2018 • СЕНТЯБРЬ—ОКТЯБРЬ**

*Выходит один раз в два месяца*


СОДЕРЖАНИЕ


**Теория журналистики и СМИ**

*Макеенко М. И., Трищенко Н. Д.* Влияние открытого доступа на цитируемость и на альтернативные метрики научных статей по медиа и коммуникации ..... 3

*Вырковский А. В., Смирнов С. С.* Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты..... 27

**Телевидение и радио**

*Шестерина А. М.* Особенности актуализации метапрограмм в современном радиоэфире..... 48

*Долгова Ю. И.* Трансформация общественно-политического телевещания в постсоветский период: факторы, параметры, проблемы ..... 62

**Социология журналистики**

*Алекс Э. Умуерри.* Использование местным населением газетных материалов, содействующих развитию..... 83

**История журналистики**

*Кругликова О. С.* Эволюционная теория Дарвина в отражении русской консервативной и либеральной прессы второй половины XIX в. .....101

**Эссе**

*Ершов Ю. М.* Каким мы видим будущего журналиста (размышления о модернизации образовательных программ) ....119

**Критика и библиография**

*Тимофеев А. А.* Журналистика в цифровой век: от утрат к новым приобретениям.....137

CONTENTS

**Theory of Journalism and Media**

*Mikhail I. Makeenko, Nataliia D. Trishchenko.* The Impact of Open Access on Citations and Alternative Metrics of Scientific Articles in Media and Communication Studies ..... 4

*Andrei V. Vyrkovsky, Sergei S. Smirnov.* Russian Scientific Media Discourse: Structure, Features and Key Concepts ..... 27

**Television and Radio**

*Alla M. Shesterina.* Characteristics of Metaprogram Actualization in Modern Radio Broadcasting ..... 48

*Yulia I. Dolgova.* Transformation of Socio-Political Television Broadcasting in the Post-Soviet Period: Factors, Parameters and Challenges ..... 62

**Sociology of Journalism**

*Alex E. Umuerri.* Indigenes' Use of Development Messages in Newspapers ..... 83

**History of Journalism**

*Olga S. Kruglikova.* Darwin's Evolutionary Theory as Reflected in the Russian Conservative and Liberal Press of the Second Half of the 19th Century ..... 101

**Essay**

*Yuri M. Ershov.* What the Future Journalist Will Be Like (Some Speculations about the Modernization of Educational Programs) ..... 119

**Criticism and Bibliography**

*Alexei A. Timofeev.* Journalism in the Digital Age: from Losses to New Acquisitions ..... 137

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2018

# ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

**Макеенко Михаил Игоревич**, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: makeenko.mikhail@smi.msu.ru

**Трищенко Наталия Дмитриевна**, магистрант кафедры новых медиа и теории коммуникации, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: natahatri@yandex.ru

## ВЛИЯНИЕ ОТКРЫТОГО ДОСТУПА НА ЦИТИРУЕМОСТЬ И НА АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МЕТРИКИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ПО МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ

*В статье представлены результаты пилотного этапа исследования влияния публикаций в открытом доступе на важнейшие показатели востребованности научных статей в изданиях, посвященных изучению журналистики, медиа и массовой коммуникации. Для анализа использовались научные статьи, опубликованные в период с 2015 по 2017 гг. в 32 зарубежных научных журналах, которые индексируются в международных наукометрических базах Web of Science и Scopus, а также в 11 российских журналах в категории «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» из каталога elibrary, входящих в список ВАК. Для исследования использованы данные наукометрических баз Web of Science и Scopus, показатели Google Scholar, каталогов «КиберЛенинки» и elibrary. Доля статей открытого доступа пока довольно мала, что ограничивает возможности анализа влияния новой модели на ключевые показатели, принятые в научной среде. Результаты анализа журналов по медиакоммуникации, проведенного в рамках доступной выборки, свидетельствуют о том, что в целом открытый доступ оказывает позитивное влияние скорее на альтернативные метрики и показатели использования статей, чем на их цитирование, что в целом согласуется с результатами ранее проведенных зарубежных исследований.*

***Ключевые слова:*** *научные журналы, научная коммуникация, открытый доступ, цитируемость, альтметрика, медиакоммуникация.*

**Makeenko Mikhail**, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: makeenko.mikhail@smi.msu.ru

**Trishchenko Nataliia**, Master Student at the Chair of New Media and Communication Theory, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: natahatri@yandex.ru

## THE IMPACT OF OPEN ACCESS ON CITATIONS AND ALTERNATIVE METRICS OF SCIENTIFIC ARTICLES IN MEDIA AND COMMUNICATION STUDIES

*The article contains the results of the pilot stage of the research into the impact of open access on major relevance indicators of scientific articles on journalism, media and mass communication. The study analyzed scientific articles published during the period from 2015 to 2017 in 32 foreign scientific journals, which are indexed in the international scientometric databases Web of Science and Scopus, and in 11 Russian journals in the category "Mass Communication. Journalism. Mass Media" from the elibrary catalog, which are included in the list of the Higher Attestation Commission (VAK). The research used data from the Web of Science and Scopus databases, Google Scholar metrics, CyberLeninka and elibrary catalogs. The share of open access articles is still rather insignificant, which limits the possibilities of analysing the effects of the new model on key indicators adopted in the scientific community. The results of the analysis of the journals on media communication conducted within the available sample revealed that in general open access has a stronger positive effect on alternative metrics and the use of articles than on citations, which is consistent with the results of previous foreign studies.*

***Key words:*** *scientific journals, scientific communication, open access, citations, altmetrics, media communication.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.326*

Открытая наука является одним из основных направлений развития научной коммуникации, и уже не осталось ни одного ее элемента, который не был бы затронут влиянием открытого доступа[1]: требование открытости является частью политики государств и финансирующих исследования фондов, большинство крупных образовательных и исследовательских организаций развивает собственные открытые репозитории, во всех частях света появились открытые научные журналы, а подавляющая часть традиционных научных издательств начала предлагать своим авторам опцию открытой публикации (Трищенко, 2017). Однако вопрос о том, как и в какой степени открытая публикация влияет на цитируемость и распространение научных статей, остается предметом дискуссий

еще с начала 2000-х гг. (Lawrence, 2001). С тех пор было проведено множество исследований для различных научных дисциплин, большинство из которых подтверждает гипотезу о позитивном влиянии открытого доступа на цитируемость, однако данные значительно разнятся (Antelman, 2004; Donovan, Watson, Osborne, 2015; Harnad, Brody, 2004; Hajjem, Harnad, Gingras, 2006; Norris, Oppenheim, Rowland, 2008; McCabe and Snyder, 2015; Kousha and Abdoli, 2010; Wohlrabe, 2014; Xu, Liu, Fang, 2011; Zhang, 2006).

Сложность точного определения эффектов от публикации в открытом доступе объясняется (Davis, Lewenstein, Simon, Booth et al., 2008) рядом причин.

1. Авторы могут специально отбирать свои лучшие работы для публикации в открытом доступе в надежде на более высокую цитируемость.

2. Открытые статьи иногда становятся доступными еще до публикации в журнале – при размещении в открытом репозитории в виде препринта. В результате такие публикации могут получать больше цитирований благодаря ранней доступности, а не открытому доступу как таковому.

3. Довольно сложно подобрать большую коллекцию статей, которые были открытыми достаточно долгое время после того, как их перевели из закрытого доступа в открытый, чтобы сравнить, как меняется цитируемость.

4. Даже просто найти достаточно широкую выборку открытых статей по разным дисциплинам, чтобы сделать на ее примере какие-то выводы, – довольно сложная задача, т. к. доля статей открытого доступа пока сравнительно невысока.

5. Предполагается, что каждая научная статья уникальна (по крайней мере, должна быть таковой), поэтому их сравнение даже в рамках одних и тех же гибридных журналов может не дать реальной картины.

Результаты одного из наиболее полных исследований по теме, основывающегося на выборке из десятков миллионов документов, говорят о том, что статьи открытого доступа в среднем получают на 30% больше цитирований (Piwowar, Priem, Larivière, Alperin, et al., 2017). Эффект различен для разных типов открытого доступа: публикации в подписных журналах получают на 10% меньше цитирований, чем научные статьи в среднем по миру; статьи в *зеленом*[2] доступе – на 33% больше, публикации в *гибридных*[3] журналах – на 31%, в *бронзовом*[4] – на 22%. При этом статьи из *золотых*[5]

журналов получают в среднем на 17% меньше цитирований, что, по-видимому, объясняется многообразием новых открытых журналов, которые публикуются на разных языках мира и не всегда ориентированы на широкую аудиторию (локальные журналы).

Другие исследования (Antelman, 2017) показывают, что открытый доступ в разных областях науки (в частности, философии, политических науках, машиностроении и математике) способствует повышению цитируемости в 1,45–1,9 раза. Из еще 70 исследований[6] результаты 46 (66%) свидетельствуют о преимуществах для статей открытого доступа, 17 (24%) не подтверждают наличия разницы в показателях и еще 7 (10%) не делают никаких однозначных выводов.

Аналогичное исследование для статей по коммуникации (Schultz, 2017) показало, что материалы, размещенные в открытом доступе, цитируются в среднем в 2 раза чаще. Несмотря на то что не каждый журнал показывает такие результаты, в 8 из 10 изданий выборки цитируемость статей открытого доступа выше.

Ряд исследований также посвящен вопросу о том, как влияет открытый доступ на распространение и популяризацию результатов научных исследований. Пример журнала *Nature Communications* (Wang, Liu, Mao, Fang, 2015) свидетельствует, что в среднем количество просмотров статей открытого доступа выше в 3,26 раза, а показатели цитируемости в социальных медиа – в 1,37 раза. Аналогичные результаты (Davis, 2010) показывают журналы *American Psychological Society*: в течение первого года доступные статьи бесплатно загружались в виде полного текста в 2,19 раза чаще, чем доступные по подписке, и на 61% чаще в формате *PDF*. Открытый доступ также на 47% повышает шансы статьи быть процитированной в «Википедии» (Teplitskiy, Lu, Duede, 2016).

Результаты анализа влияния открытого доступа на показатели научных статей из различных областей знания значительно различаются: например, в научных журналах по сельскохозяйственным наукам средний показатель цитирований для статей открытого доступа составил 1,73, а для доступных по подписке – 0,28 (Kousha and Abdoli, 2010), для журналов по офтальмологии существенной разницы выявлено не было (Lansingh and Carter, 2009), в журналах по экологии цитируемость статей открытого доступа оказалась в 2 раза выше (Norris, Oppenheim, Rowland, 2008).

При этом одним из немногих актуальных исследований, близких к теме данной статьи, остается упомянутая выше работа Тере-

зы Шульц, которая посвящена журналам по коммуникации (Schultz, 2017) – довольно широкому тематическому полю. Более ранняя попытка анализа влияния открытого доступа на цитируемость в журналах по коммуникации как в научном мире, так и за его пределами (Zhang, 2006) не выявила разницы в цитируемости (по данным *Web of Science*), но подтвердила гипотезу о более широком распространении в Интернете материалов, опубликованных в режиме открытого доступа. Стоит, однако, учитывать, что данное исследование основывается на показателях журналов разной тематической направленности и довольно ограниченной выборке.

Другие исследования эффектов открытого доступа для научных журналов по медиа и коммуникации посвящены смежным вопросам: описанию новых платформ и важности открытого доступа для развития науки о медиа (Pooley, 2016), особенностях цитирования в научных статьях, опубликованных в открытых и подписных журналах (Poor, 2009), описанию характеристик журналов по медиа и коммуникации, включенных в *DOAJ*[7] (Husain, Nazim, 2013).

В рамках первого этапа настоящего исследования впервые были получены данные, показывающие влияние открытого доступа на ключевые библиометрические показатели статей, опубликованных в международных и отечественных научных журналах по массовой коммуникации и медиа – более нишевом сегменте медиасистемы.

Также в рамках исследования были проведены глубинные интервью с 12 экспертами, представляющими разные типы организаций и сферы деятельности, которые непосредственно связаны с информационным обеспечением науки и открытым доступом. Факторы, тенденции и сценарии развития научной коммуникации в условиях открытого доступа являются предметом отдельной научной публикации, но в рамках данной статьи приводятся некоторые комментарии, имеющие прямое отношение к рассматриваемой теме.

### Влияние открытого доступа на наукометрические показатели научных статей в международных журналах

Наиболее эффективными инструментами анализа международных журналов считаются наукометрические базы *Web of Science*

*(WoS)* и *Scopus*, т. к. другие инструменты (в частности, *Google Scholar*) пока не могут обеспечить должного контроля качества индексируемых документов.

Сложность отбора журналов была обусловлена тем, что журналистика или медиа не обозначены в качестве отдельного тематического подраздела ни в *WoS*, ни в *Scopus*, поэтому составление выборки потребовало изучения всех изданий в категории *communication*, входящих в *WoS* (79 наименований) и *Scopus* (98 наименований), для отсеивания тех, которые относятся к техническим наукам, политологии, межличностным коммуникациям, рекламе, научной коммуникации и образованию. В результате сопоставления баз и проверки на соответствие выбранной тематике получился итоговый список из 32 журналов, индексируемых в обеих базах (порядок в соответствии со значением импакт-фактора журнала по данным *WoS*):

1. *New Media & Society,*
2. *Journal of Communication,*
3. *Media Psychology,*
4. *Communication Research,*
5. *Communication Theory,*
6. *Information Communication & Society,*
7. *Journalism Studies,*
8. *Communication Monographs,*
9. *International Journal of Communication,*
10. *Journalism,*
11. *European Journal of Communication,*
12. *Television & New Media,*
13. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media,*
14. *Mass Communication and Society,*
15. *Journalism & Mass Communication Quarterly,*
16. *Media, Culture & Society,*
17. *Discourse & Communication,*
18. *Discourse Context & Media,*
19. *Critical Studies in Media Communication,*
20. *Discourse Studies,*
21. *Communication and Critical-Cultural Studies,*
22. *Asian Journal of Communication,*
23. *International Communication Gazette,*
24. *Chinese Journal of Communication,*
25. *Communication, Culture & Critique,*

26. *Javnost-The Public,*
27. *Media International Australia,*
28. *Journal of Applied Communication Research,*
29. *Journal of Media Economics,*
30. *African Journalism Studies,*
31. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap,*
32. *Journal of African Media Studies.*

Большая часть журналов (14 наименований) принадлежит английскому издательству *Taylor & Francis Group*, 11 изданий относятся к американской компании *Sage Publications,* 3 издаются американским *Wiley (Wiley-Blackwell)*. По одному журналу принадлежит голландским издательствам *Elsevier* и *Boom Uitgevers*, а также английскому издательству *Intellect*. Единственный журнал открытого доступа *International Journal of Communication* выпускается издательством *USC Annenberg Press* Университета Южной Калифорнии (США).

Почти в каждом из подписных изданий есть опция открытого доступа: ее предлагает 28 журналов из 31. Среди тех, кто еще не использует *гибридную модель*, 2 принадлежат небольшим издательствам (*Boom Uitgevers* и *Intellect*) и только 1 входит в портфолио *Taylor & Francis*.

В рассматриваемых журналах каждое из издательств разрешает депонирование статей, сроки которого варьируются от 6 месяцев до 2 лет. При этом самый щадящий режим предлагает голландское издание *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap,* и только при публикации в этом журнале автор имеет возможность открыто разместить версию издателя (постпринт) – в случае со всеми остальными компаниями это запрещено. Общим для издателей требованием также является размещение статьи исключительно на некоммерческом ресурсе (в некоторых научных дисциплинах издатели соглашаются на размещение препринта не только на странице автора и сайте организации, но и в тематическом репозитории, что связано с необходимостью обозначить приоритет).

Крупные издатели начали активно вводить опцию открытого доступа в 2010-х гг., однако ее распространение относится скорее к 2013–2016 гг., когда европейские страны стали активно вводить механизмы платы за публикацию в открытом доступе за счет средств грантов, а исследовательские организации – закладывать *APC (Article Processing Charge)*[8] в бюджеты библиотек. Стоимость публикации в журналах *Sage* составляет 3000 долларов США, *T&F* – 2 950

долларов (однако может варьироваться в зависимости от страны). Из крупнейших издателей самую низкую цену предлагает *Elsevier*: в *Discourse Context & Media* опубликовать статью в открытом доступе можно за 1800 долларов.

При этом в журналах *Sage Publications* статьи открытого доступа, опубликованные на условиях открытых лицензий за последние 3 года, составляют очень небольшую долю – в среднем 1–2% от общего количества статей. В 2 из 11 журналов – *Journalism & Mass Communication Quarterly* и *Media International Australia* – таких статей вообще нет (что, однако, может объясняться недавним введением опции открытого доступа). Тем не менее если изучить раздел *Online First*, в котором представлены статьи, опубликованные на сайте журнала, но еще не вошедшие в конкретный выпуск, то можно обнаружить, что опция открытого доступа в 2017 г. была оплачена для гораздой большей доли статей. Расчет доли статей открытого доступа среди материалов, еще не вошедших ни в один из выпусков, возможны только для 4 журналов из-за ограничений раздела: 12% в *New Media & Society* (сентябрь-декабрь 2017 г.), по 7% в *Communication Research* и *Journalism*, а также 16% в *Media, Culture & Society* (сентябрь-декабрь 2017 г.).

В единственном журнале *Elsevier* в выборке в открытом доступе за 2015–2017 гг. была опубликована только одна статья (в 2018 г. за первый квартал таких статей размещено уже две).

В *Journal of Communication, Communication, Communication Theory* и *Communication, Culture & Critique* издательства *Wiley*, несмотря на наличие опции открытого доступа, ни одной открытой статьи за 2015–2017 гг. обнаружено не было.

Более интересной выглядит ситуация с частью журналов *Taylor & Francis (Media Psychology, Information Communication & Society, Journalism Studies, Mass Communication and Society, Asian Journal of Communication, Javnost – The Public)*, которые показывают наглядный рост числа статей, опубликованных под открытыми лицензиями. Причем, как и в случае с *Sage,* динамика заметна именно при просмотре списка статей, опубликованных только на сайте и еще не успевших войти в какой-либо выпуск (от момента публикации онлайн до появления в журнале может пройти год и более).




*Рисунок 1. Количество статей открытого доступа в журналах по массовой коммуникации Taylor & Francis за 2015–2017 гг. (публикация на сайте)*

В большинстве журналов из выборки доля статей открытого доступа слишком мала, чтобы проводить какой бы то ни было сопоставительный анализ для статей в открытом и подписном доступе. Поэтому для более подробного исследования было отобрано 9 научных журналов из изначальной выборки по критерию наличия как минимум 3 статей открытого доступа, опубликованных в период с 2015 по 2017 гг. В список вошли:

1. *New Media & Society,*
2. *Media Psychology,*
3. *Information Communication and Society,*
4. *Journalism,*
5. *Media, Culture & Society,*
6. *Journalism Studies,*
7. *European Journal of Communication,*
8. *Javnost – The Public,*
9. *Discourse Studies.*

В каждом из номеров журнала, в который входит хотя бы одна статья открытого доступа, были сопоставлены показатели цитируемости (по *Web of Science*), просмотров или скачиваний (в зависимости от сайта издательства) и альтернативных метрик[9] (по показателям *Altmetrics*) для открытых статей, а также 1 и 6 статей в номере, доступ к которым возможен только при наличии подписки (в случае, если такие статьи опубликованы в открытом досту-

пе, бронзовом доступе или относятся к жанру рецензии на книгу или колонки редактора, использовались показатели 2 и/или 5 статей). В итоге были проанализированы показатели для 36 номеров и 115 статей и получены средние и медианные значения для журналов по 43 открытым статьям и 72 – доступным по подписке.

Результаты (табл. 1, 2 и 3) свидетельствуют о том, что размещение статьи в открытом доступе в большинстве случаев положительно сказывается на показателях просмотров и скачиваний, а также на альтернативных метриках, при этом цитируемость у статей открытого доступа иногда оказывается даже ниже, чем у статей с платным доступом. Однако необходимо учитывать ряд ограничений для расчетов, в т. ч. небольшую выборку. Кроме того, все статьи были опубликованы в период с 2014 по 2017 гг., поэтому с течением времени показатели могут измениться.

*Таблица 1*

**Показатели использования и цитируемости статей с различными типами доступа (средние значения)**

| Название журнала | Просмотры/ скачивания | | Цитируемость | | Альтметрика | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ОД | Подписка | ОД | Подписка | ОД | Подписка |
| **New Media & Society** | 2490 | 723 | 10,3 | 5,4 | 36,2 | 5,7 |
| **Media Psychology** | 1750 | 661 | 1,0 | 0,8 | 5,7 | 55,3 |
| **Information Communication and Society** | 2363 | 2514 | 2,2 | 7,6 | 23,6 | 24,4 |
| **Journalism** | 1804 | 271 | 0,0 | 0,7 | 14,8 | 5,8 |
| **Media, Culture & Society** | 790 | 750 | 1,0 | 1,4 | 12,2 | 8,3 |
| **Journalism Studies** | 10932 | 698 | 4,2 | 2,5 | 15,0 | 4,2 |
| **European Journal of Communication** | 1233 | 283 | 0,8 | 0,0 | 48,3 | 2,1 |
| **Javnost - The Public** | 2610 | 225 | 3,8 | 0,2 | 3,0 | 0,3 |
| **Discourse Studies** | 567 | 188 | 0,3 | 2,0 | 0,0 | 4,5 |
| **Все статьи из выборки** | 2861 | 753 | 3,4 | 2,7 | 19,4 | 9,9 |

*Таблица 2*

**Показатели использования и цитируемости статей с различными типами доступа (медианные значения)**

| Название журнала | Просмотры/ скачивания | | Цитируемость | | Альтметрика | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | ОД | Подписка | ОД | Подписка | ОД | Подписка |
| **New Media & Society** | 949 | 776 | 7,5 | 3,0 | 8,5 | 3,0 |
| **Media Psychology** | 2130 | 593 | 0,0 | 0,5 | 5,0 | 3,5 |
| **Information Communication and Society** | 2095 | 2457 | 1,0 | 8,0 | 10,5 | 27,0 |
| **Journalism** | 1998 | 220 | 0,0 | 0,7 | 6,5 | 1,0 |
| **Media, Culture & Society** | 667 | 652 | 1,0 | 0,5 | 7,5 | 5,0 |
| **Journalism Studies** | 2344 | 355 | 1,0 | 1,0 | 6,0 | 2,0 |
| **European Journal of Communication** | 1134 | 237 | 1,5 | 0,0 | 26,0 | 1,0 |
| **Javnost - The Public** | 2431 | 245 | 1,5 | 0,0 | 3,0 | 0,0 |
| **Discourse Studies** | 355 | 249 | 0,0 | 2,5 | 0,0 | 2,5 |
| **Все статьи из выборки** | 1451 | 378 | 1,0 | 1,0 | 7,0 | 3,0 |

*Таблица 3*

**Соотношение показателей использования и цитируемости статей: открытый доступ/доступ по подписке**

| Название журнала | Просмотры/ скачивания | | Цитируемость | | Альтметрика | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | По среднему значению | По медиане | По среднему значению | По медиане | По среднему значению | По медиане |
| **New Media & Society** | 3,5 | 1,2 | 1,9 | 2,5 | 6,3 | 2,8 |
| **Media Psychology** | 2,7 | 3,6 | 1,3 | n/a | 0,1 | 1,4 |
| **Information Communication and Society** | 0,9 | 0,9 | 0,3 | 0,1 | 1,0 | 0,4 |
| **Journalism** | 6,7 | 9,1 | n/a | n/a | 2,5 | 6,5 |

*Окончание таблицы 3*

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Media, Culture & Society** | 1,0 | 1,0 | 0,7 | 2,0 | 1,5 | 1,5 |
| **Journalism Studies** | 15,7 | 6,6 | 1,7 | 1,0 | 3,6 | 3,0 |
| **European Journal of Communication** | 4,4 | 4,8 | n/a | n/a | 23,0 | 26,0 |
| **Javnost - The Public** | 11,6 | 9,9 | 22,1 | n/a | 9,1 | n/a |
| **Discourse Studies** | 3,0 | 1,4 | 0,2 | n/a | n/a | n/a |
| **Все статьи из выборки** | 3,8 | 3,8 | 1,2 | 1,0 | 2,0 | 2,3 |

По средним значениям для 4 журналов из 9 подробно изученных цитируемость статей открытого доступа оказалась выше, в 3 случаях – ниже, а в 2 случаях из-за ограничений выборки определить соотношение не удалось. Средние и медианные показатели для всех статей говорят об отсутствии преимущества в цитируемости для статей в открытом доступе или его низком значении.

Более явным представляется позитивное влияние открытого доступа на альтернативные метрики, которое подтверждается как средними, так и медианными показателями в 6 случаях из 9 (для одного из журналов соотношение не может быть подсчитано). В среднем показатели альтернативных метрик примерно в два раза выше для статей в открытом доступе. Показатели просмотров и скачиваний тоже говорят о преимуществах для открытых статей: в среднем открытые полные тексты читают в 3,8 раза чаще, чем доступные по подписке.

Сложность проведения расчетов связана еще с несколькими факторами, которые могут сказываться на показателях цитируемости. Во-первых, вероятно, что все статьи из анализируемых журналов доступны через *Sci-Hub*[10], поэтому ограничение доступа лишь несколько осложняет поиск, но уже не может быть решающим фактором. Во-вторых, еще одним значительным ограничением такого анализа является использование издателями бронзового доступа в качестве инструмента для продвижения научного журнала. Период пребывания публикации в бесплатном доступе никак публично не регистрируется, поэтому сложно сказать, какие статьи могли увеличить свои показатели за счет открытости. Например, в некоторых журналах (в частности, *Mass Communication and Society* и *Journal of Media Economics*) почти в каждом номере доступна для бесплатного прочтения статья редактора, которая, как

правило, не несет особой научной ценности, но призвана заинтересовать аудиторию.

Широкое распространение практики публикации статей в бронзовом доступе в качестве инструмента продвижения традиционными научными журналами подтверждается мнением представителя руководства компании, специализирующейся на сборе наукометрических данных: по его словам, часто на непродолжительный срок открытой делается та статья, которая с наибольшей вероятностью должна привлечь внимание сообщества и получить высокие показатели цитируемости. В это время результаты исследования имеют также больше шансов заинтересовать СМИ и стать медиасобытием, что обеспечивает изданию доход в дальнейшем – как за счет розничной продажи доступа, так и за счет того, что организации продолжат подписываться на журнал.

Иллюстрацией того, что из *Web of Science* пока не всегда можно получить достоверную информацию о текущем типе доступа к той или иной статье, могут служить данные по журналу *New Media & Society* – одному из самых цитируемых в своей предметной области. В соответствии с *WoS*, из 10 самых цитируемых статей издания 8 размещено в «открытом доступе». Однако база учитывает в качестве «открытого» также доступ на сайте издателя без использования открытой лицензии. Проверка показала, что из 8 указанных статей 6 уже снова можно прочитать только по подписке и лишь 2 все еще доступны на сайте издательства.

### Влияние открытого доступа на показатели научных статей в российских журналах

В России практика создания журналов открытого доступа, публикующих статьи на условиях открытых лицензий, пока не очень распространена: в *DOAJ* зарегистрировано всего 233 российских издания – для сравнения в базе *elibrary* 13 152 журнала. Тем не менее журналы довольно часто предоставляют пользователям бесплатный доступ к полным текстам статей: только в базе *elibrary* таких изданий 5 672 (однако это не значит, что все остальные журналы не размещают статьи в бесплатном доступе на своих сайтах: среди изданий по массовым коммуникациям так делает, например, «МедиаАльманах», не входящий в список открытых журналов *elibrary*). В «КиберЛенинке» в разделе «Журналистика»

размещено 3 433 статьи, большая часть из которых распространяется на условиях открытых лицензий.

Для анализа российских журналов по массовым коммуникациям были выбраны издания, входящие в список ВАК по каталогу *elibrary* в категории «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации», – всего 11 журналов:

1. «Библиография и книговедение»,
2. «Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика»,
3. «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика»,
4. «Вестник Томского государственного университета. Филология»,
5. «Вопросы теории и практики журналистики»,
6. «Знак: проблемное поле медиаобразования»,
7. «Коммуникативные исследования»,
8. «МедиаАльманах»,
9. «Медиамузыка»,
10. «Медиаскоп»,
11. «Текст. Книга. Книгоиздание».

На официальном сайте каждого из изданий можно как ознакомиться с архивом статей, так и прочитать свежий номер. Средний срок ожидания публикации в журналах, в соответствии с указаниями на некоторых сайтах, составляет 1 год.

Все издания, кроме «МедиаАльманаха», входят в список журналов открытого доступа в *elibrary*, что обеспечивает индексацию полных текстов статей в *Google Scholar* через эту электронную библиотеку.

При этом – с точки зрения правового статуса публикаций – журналов открытого доступа в выборке всего два: зарегистрированная в *DOAJ* «Медиамузыка», статьи в которой публикуются на условиях лицензии *CC BY-NC-ND*[11], и «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: литературоведение, журналистика», которого в *DOAJ* нет (в отличие от 7 других журнальных серий университета), однако статьи в нем также публикуются на условиях открытой лицензии *CC BY*, более того, журнал работает на открытом программном обеспечении *Open Journals System*[12].

Большинство журналов осуществляет публикацию полностью на некоммерческой основе (и 8 из 11 выпускаются университет-

скими издательствами), но в некоторых случаях необходимо обеспечить оплату издательских расходов. В выборке отсутствуют журналы, которые бы использовали *APC* как основу бизнес-модели, что, вероятно, связано с особенностями российской научной среды. По мнению одного из российских экспертов, курирующего платформу для издания научных журналов, причины кроются в том, что механизмы финансирования публикации в открытом доступе отсутствуют, а сами ученые, во-первых, не готовы платить, во-вторых, опасаются подобных журналов, потому что подозревают их в «хищничестве», под которым принято понимать распространенную в России практику публикации за деньги статей любого качества в сжатые сроки.

*Таблица 4*

**Индексация российских журналов по массовой коммуникации в Google Scholar**

| **Название** | **Наличие в «Киберленинке»** | **Проиндексировано статей в Scholar с сайта журнала** | **Проиндексировано статей в Scholar из «Киберленинки»** | **Проиндексировано в Scholar статей из elibrary** | **Проиндексировано в Scholar всего** |
|---|---|---|---|---|---|
| Библиография и книговедение | нет | n/a | нет | 127 | 197 |
| Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика | нет | 1 | нет | 7 | 645 |
| Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика | да | n/a | 735 | 1 | 825 |
| Вестник Томского государственного университета. Филология | да | n/a | 850 | 3 | 1340 |

*Окончание таблицы 4*

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Вопросы теории и практики журналистики | да | 0 | 377 | 11 | 535 |
| Знак: проблемное поле медиаобразования | да | 0 | 590 | 8 | 713 |
| Коммуникативные исследования | да | 0 | 361 | 55 | 1620 |
| МедиаАльманах | нет | 0 | нет | 520 | 681 |
| Медиамузыка | нет | 20 | нет | 37 | 134 |
| Медиаскоп | нет | 96 | нет | 18 | 1960 |
| Текст. Книга. Книгоиздание | да | 0 | 157 | n/a | 197 |

Инфраструктура открытого доступа в России пока недостаточно развита, особенно для мониторинга показателей журналов, хотя работа в этом направлении ведется в рамках ряда международных инициатив. Для всех рассматриваемых изданий можно учитывать только показатели *Google Scholar* и *elibrary*, которые не дают детального понимания ситуации (а в случае со *Scholar* показатели могут также содержать значительные ошибки, т. к. инструменты поиска не ориентированы на подробную аналитику показателей журналов). Тем не менее нам удалось собрать некоторые данные по индексации статей в *Scholar* через разные источники, показатели *Google* по цитируемости журналов (*h*-индекс и *h*-медиана), а также показатели цитируемости по *elibrary* (табл. 3, 4).

Наиболее полно проиндексированы в *Scholar* статьи «Вестника Томского государственного университета», «Медиаскопа» и журнала «Коммуникативные исследования». В первом случае более половины статей попали в *Scholar* благодаря размещению в «КиберЛенинке». «Медиаскоп» индексируется в основном благодаря публикации полных текстов в *elibrary*. Сами официальные сайты журналов, как правило, «выпадают» из зоны видимости *Google Scholar*, поэтому размещения выпусков на них может быть мало для широкого распространения статей – повышению видимости в большей степени способствуют агрегаторы, которые адаптированы к требованиям поисковых систем и делают для них индексацию максимально легкой.

*Таблица 5*

**Наукометрические показатели российских журналов по массовой коммуникации**

| Название | Проиндексировано в Scholar всего | h-индекс | h-медиана | Цитируемость журнала по elibrary |
|---|---|---|---|---|
| Библиография и книговедение | 197 | 5 | 6 | 92 |
| Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика | 645 | 7 | 10 | 4414 |
| Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: литературоведение, журналистика | 825 | 2 | 3 | 212 |
| Вестник Томского государственного университета. Филология | 1340 | 9 | 12 | 1996 |
| Вопросы теории и практики журналистики | 535 | 7 | 10 | 528 |
| Знак: проблемное поле медиаобразования | 713 | 4 | 7 | 334 |
| Коммуникативные исследования | 1620 | 3 | 6 | 252 |
| МедиаАльманах | 681 | 5 | 5 | 522 |
| Медиамузыка | 134 | - | - | 133 |
| Медиаскоп | 1960 | 10 | 12 | 1505 |
| Текст. Книга. Книгоиздание | 197 | 3 | 4 | 86 |

Нельзя утверждать, что показатели цитируемости *elibrary*, а также индекс Хирша по *Google Scholar* напрямую связаны с количеством проиндексированных статей. Скорее, можно говорить о том, что наиболее качественные журналы стремятся максимально увеличить видимость в Интернете. При этом определяющим все рав-

но оказывается уровень качества контента: например, «Вестник Российского университета дружбы народов» довольно хорошо индексируется в *Scholar*, но имеет низкие показатели как по данным *Google*, так и по данным *elibrary*. Выбор «КиберЛенинки» для размещения полных текстов статей в большинстве случаев оказывается более выигрышным, чем выбор *elibrary*, т. к. открытую электронную библиотеку *Google* использует гораздо более эффективно: в *Scholar* проиндексированы все 1,5 млн статей, размещенных в «КиберЛенинке», а из 12 млн статей *elibrary* проиндексировано только 1,610 млн, т. е. только 13,4%.

**Выводы и дискуссия**

Результаты анализа международных журналов по медиа и коммуникации показали, что, хотя большинство изданий предлагает авторам опцию размещения в открытом доступе, доля статей, опубликованных таким образом, остается очень небольшой. Тем не менее наблюдается тенденция к расширению практики открытой публикации, поэтому проведение аналогичного исследования через 3–5 лет даст более полную картину влияния открытого доступа на наукометрические показатели. Например, по мнению представителя организации, специализирующейся на обеспечении библиотек электронными ресурсами, влияние открытого доступа на цитируемость заключается не в увеличении количества ссылок, а в скорости их получения: «Есть такие исследования, которые показывают, что фактически открытый доступ не влияет на цитирование, но влияет на скорость появления ссылок, т. е. условно статья в подписном журнале будет процитирована 10 раз за 5 лет, а в открытом доступе 10 раз за 3 года. При этом за 5 лет количество цитирований будет одинаковым». Отслеживание этого эффекта в рамках исследуемой тематической области также будет возможно лишь по прошествии нескольких лет.

В рамках доступной выборки можно говорить о том, что открытый доступ чаще позитивно влияет на цитируемость, хотя его роль не является определяющей. При этом открытая публикация позитивно влияет на альтернативные метрики и – в еще большей степени – на количество просмотров и скачиваний статьи.

Сложно сказать, свидетельствуют ли описанные результаты о том, что научные статьи, опубликованные открыто, привлекают внимание не только ученых, но и людей, не имеющих прямого от-

ношения к научному сообществу. Возможно, такая разница между статистикой скачиваний, альтернативными метриками и уровнем цитируемости вызвана тем, что эти материалы еще не успели получить свои цитирования, т. к. цикл публикации довольно долог, а в открытом доступе научные статьи начали публиковаться в основном в последние годы. Тем не менее, по мнению ряда экспертов, одно из основных преимуществ открытого доступа заключается в расширении аудитории, которая имеет доступ к результатам научных исследований. Как заметил представитель европейского проекта по развитию открытой науки, вовлечение исследовательских организаций в распространение открытого доступа объясняется, в первую очередь, тем, что «они хотят максимальный результат и максимально широкое распространение информации о результатах работы, потому что на этом строится их репутация».

Дополнительные сложности при попытке анализа текущего статуса распространения открытого доступа, а также его воздействия на научную коммуникацию создает использование издательствами бронзового открытого доступа в качестве инструмента для продвижения статей (в то же время это еще и яркое свидетельство того, что открытый доступ является признанным и эффективным способом расширения аудитории и повышения цитируемости). Осложняет анализ позиция *Web of Science* и *Scopus*, которые используют наиболее расширительное толкование термина *открытый доступ* для присвоения материалам соответствующего статуса, в результате чего на момент обращения к статьям, которые обозначены как открытые, можно столкнуться с необходимостью подписаться на издание.

В российских журналах по массовым коммуникациям доступность статей, с одной стороны, шире, а с другой стороны, не соответствуют базовым требованиям открытости – необходимости применения открытых лицензий, которые используют только два журнала из выборки. Распространению практики открытого лицензирования научных статей препятствует отсутствие культуры управления авторскими правами и знаний о новых правовых инструментах (а также инструментов финансирования и устойчивых бизнес-моделей для коммерческих издательств в текущих условиях рынка).

Учитывая, что в то же время 100% статей можно бесплатно прочитать онлайн, довольно сложно делать какие-то предположения о влиянии открытого доступа на цитируемость или альтернатив-

ные метрики. Вместе с тем очевидно, что использование сторонних агрегаторов (таких, как «КиберЛенинка» и *elibrary*) делает статьи более заметными, а значит, повышает их шансы быть прочитанными и процитированными.

Наиболее вероятным после изучения показателей использования и цитируемости статей представляется вывод о том, что открытый доступ сам по себе не гарантирует более высокую цитируемость, однако служит для привлечения внимания к публикациям, а также обеспечения еще большего охвата и более высоких показателей для тех статей, которые и так были бы замечены учеными. В целом, по данным *Web of Science,* доля статей открытого доступа по теме *communication* составляет 14% (114 344 из 814 463 статей). Интересно, что при этом доля статей открытого доступа среди 3 434 высокоцитируемых – уже 33% (1 156 публикаций).

Очевидно, что у международных и региональных издательств совершенно разные пути перехода к открытому доступу, а также разная мотивация: если для крупных коммерческих издательств отрытый доступ – перспективная бизнес-модель, то для российских журналов это лишь инструмент для более широкого распространения контента и более эффективной работы над задачей развития науки и повышения престижа организации, спонсирующей издание.

В гуманитарных дисциплинах открытый доступ пока развит гораздо меньше, чем в других научных областях. Однако есть основания полагать, что повышение осведомленности исследователей будет способствовать и распространению практики открытой публикации научных статей, так как для ученого это не только шанс получить больше внимания со стороны коллег, но и – вопреки сложившимся порядкам и представлениям – возможность сохранить контроль над своей интеллектуальной собственностью.

Расширение массивов исследований, опубликованных в открытом доступе, со временем может способствовать появлению элементов инфраструктуры открытой науки, которые обеспечат мониторинг научной активности и измерение научного вклада на платформах и в журналах, по тем или иным причинам не удовлетворяющих критериям международных наукометрических баз, но публикующих качественный контент. Кроме того, в условиях, когда публикация научной статьи занимает более года (что актуально и для изданий по медиа и коммуникации), очевидна необходи-

мость появления новых платформ, обеспечивающих немедленное размещение результатов исследования в открытом доступе и вовлечение практиков в процесс научной коммуникации.

## Примечания

[1] Открытый доступ – бесплатный, оперативный, постоянный, полнотекстовый, онлайновый доступ к изданиям и произведениям, который обеспечивается за счет специального правового статуса произведений, основанного на использовании открытых лицензий.

[2] Зеленый открытый доступ – открытая публикация в репозитории открытого доступа (в случае с научной статьей это может быть пре- или постпринт, с эмбарго или без задержки – в зависимости от политики журнала в отношении депонирования статей).

[3] Гибридный открытый доступ – открытая публикация в подписном журнале с применением опции открытого доступа в момент публикации.

[4] Бронзовый доступ – статьи доступны на сайте издателя, однако без использования открытой лицензии (текст бесплатен для ознакомления, но не является свободным для использования).

[5] Золотой открытый доступ – публикация в журнале открытого доступа, обеспечивающая моментальную доступность статьи.

[6] *OACA list // SPARC Europe.* Режим доступа: https://sparceurope.org/what-we-do/open-access/sparc-europe-open-access-resources/open-access-citation-advantage-service-oaca/oaca-list/

[7] *The Directory of Open Access Journals (DOAJ*) – один из крупнейших в мире агрегаторов открытого доступа, запущенный в 2003 г. Лундским университетом (Швеция).

[8] *APC* или *Article Processing Charge* – плата за публикацию в журнале открытого доступа, основа бизнес-модели примерно трети открытых журналов.

[9] Альтернативные метрики – новые методы наукометрических исследований, которые могут учитывать распространение в социальных сетях, СМИ, блогах, цитируемость в «Википедии», значимых документах и т. п.

[10] *Sci-Hub* – сервис, позволяющий бесплатно получать доступ к подписным статьям. В США является нелегальным, считается пиратским ресурсом.

[11] Открытые лицензии – правовой инструмент, позволяющий автору (правообладателю) передать некоторые неисключительные права на свое произведение неограниченному кругу лиц. Наиболее популярными лицензиями в научной среде являются *Creative Commons*, которые настраиваются по ряду параметров, позволяя автору ограничивать набор передаваемых прав. В частности, *CC BY-NC-ND* запрещает коммерческое использование и создание производных произведений, является самой несвободной лицензией, а *CC BY* разрешает совершать с произведением любые манипуляции при условии указания автора и ссылки на источник.

[12] *Open Journals System* – открытое ПО для организации рецензируемых научных журналов, распространяется по лицензии *GNU GPL*.

**Библиография**

*Трищенко Н. Д.* Открытый доступ к науке: анализ преимуществ и пути перехода к новой модели обмена знаниями / под ред. *И. И. Засурского*. М.: Ассоциация интернет-издателей, Кабинетный ученый, 2017. С. 69–70.

Antelman K. (2004) Do open-access articles have a greater research impact? *College & Research Libraries* 65: 372–382.

Antelman K. (2017) *Leveraging the Growth of Open Access in Library Collection Decision Making. At the helm: leading transformation*. Association of College and Research Libraries, 411–422.

Davis P. (2010) Does Open Access Lead to Increased Readership and Citations? A Randomized Controlled Trial of Articles Published in APS Journals. *The Physiologist* 53: 197–201.

Davis P., Lewenstein B., Simon D., Booth J., Connolly M. (2008) Open access publishing, article downloads, and citations: randomised controlled trial. *BMJ* 2008;337: a568.

Donovan J., Watson C., Osborne C. (2015) The open access advantage for American law reviews. *Edison: Law + Technology* 2015: 1–22.

Hajjem C., Harnad S., Gingras Y. (2006) Ten-year cross-disciplinary comparison of the growth of open access and how it increases research citation impact. *Bulletin of the IEEE Computer Society Technical Committee on Data Engineering* 28: 39–47.

Harnad S., Brody T. (2004) Comparing the impact of open access (oa) vs. non-oa articles in the same journals. *D-Lib Magazine* 10(6).

Husain S., Nazim M. (2013) Analysis of open access scholarly journals in media and communication. *Journal of Library & Information Technology* 33(5): 405–411.

Kousha K., Abdoli M. (2010) The citation impact of open access agricultural research. *Online Information Review* 34: 772–785.

Lansingh V., Carter M. (2009) Does Open Access in Ophthalmology Affect How Articles Are Subsequently Cited in Research? *Ophthalmology* 116: 1425–1431.

McCabe M., Snyder C. (2015) Does online availability increase citations? Theory and evidence from a panel of economics and business journals. *Review of Economics and Statistics* 97: 144–165.

Norris M., Oppenheim C., Rowland F. (2008) The citation advantage of open-access articles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59: 1963–1972.

Piwowar H., Priem J., Larivière V., Alperin J., Matthias L., Norlander B., Farley A., West J., Haustein S. (2017) The state of OA: a large-scale analysis of the prevalence and impact of Open Access articles. *PeerJ* 6: e4375

Pooley J. (2016) Open Media Scholarship: The Case for Open Access in Media Studies. *International Journal of Communication* 10: 1–17.

Poor N. (2009) Global citation patterns of open access communication studies journals: Pushing beyond the Social Science Index. *International Journal of Communication* 3: 853–870.

Schultz T. (2017) Opening Up Communication: Assessing Open Access Practices in the Communication Studies Discipline. *Journal of Librarianship and Scholarly Communication* 5(1), p. eP2131.

Teplitskiy M., Lu G., Duede E. (2016) Amplifying the impact of open access: Wikipedia and the diffusion of science. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 22.

Wang X., Liu C., Mao W., Fang Z. (2015) The open access advantage considering citation, article usage and social media attention. *Scientometrics* 103(2): 555–564.

Wohlrabe K., Birkmeier D. (2014) Do open access articles in economics have a citation advantage? *Munich Personal RePEc Archive*, 56842.

Xu L., Liu J., Fang Q. (2011) Analysis on open access citation advantage: an empirical study based on oxford open journals. *iConference '11, Proceedings of the 2011 iConference*, Seattle, 11th February 2011. Pp. 426–432.

*Zhang Y.* (2006) The effect of open access on citation impact: A comparison study based on web citation analysis. *Libri* 56:145–156.

## References

Antelman K. (2004) Do Open-Access Articles Have a Greater Research Impact? *College & Research Libraries* 65: 372–382.

Antelman K. (2017) *Leveraging the Growth of Open Access in Library Collection Decision Making. At the Helm: Leading Transformation*. Association of College and Research Libraries, 411–422.

Davis P. (2010) Does Open Access Lead to Increased Readership and Citations? A Randomized Controlled Trial of Articles Published in APS Journals. *The Physiologist* 53: 197–201.

Davis P., Lewenstein B., Simon D., Booth J., Connolly M. (2008) Open Access Publishing, Article Downloads, and Citations: Randomised Controlled Trial. *BMJ* 2008;337: a568.

Donovan J., Watson C., Osborne C. (2015) The Open Access Advantage for American Law Reviews. *Edison: Law + Technology* 2015: 1–22.

Hajjem C., Harnad S., Gingras Y. (2006) Ten-Year Cross-Disciplinary Comparison of the Growth of Open Access and How It Increases Research Citation Impact. *Bulletin of the IEEE Computer Society Technical Committee on Data Engineering* 28: 39–47.

Harnad S., Brody T. (2004) Comparing the Impact of Open Access (OA) vs. Non-OA Articles in the Same Journals. *D-Lib Magazine* 10(6).

Husain S., Nazim M. (2013) Analysis of Open Access Scholarly Journals in Media and Communication. *Journal of Library & Information Technology* 33(5): 405–411.

Kousha K., Abdoli M. (2010) The Citation Impact of Open Access Agricultural Research. *Online Information Review* 34: 772–785.

Lansingh V., Carter M. (2009) Does Open Access in Ophthalmology Affect How Articles Are Subsequently Cited in Research? *Ophthalmology* 116: 1425–1431.

McCabe M., Snyder C. (2015) Does Online Availability Increase Citations? Theory and Evidence from a Panel of Economics and Business Journals. *Review of Economics and Statistics* 97: 144–165.

Norris M., Oppenheim C., Rowland F. (2008) The Citation Advantage of Open-Access Articles. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 59: 1963–1972.

Piwowar H., Priem J., Larivière V., Alperin J., Matthias L., Norlander B., Farley A., West J., Haustein S. (2017) The State of OA: a Large-Scale Analysis of the Prevalence and Impact of Open Access Articles. *PeerJ* 6: e4375

Pooley J. (2016) Open Media Scholarship: The Case for Open Access in Media Studies. *International Journal of Communication* 10: 1–17.

Poor N. (2009) Global Citation Patterns of Open Access Communication Studies Journals: Pushing Beyond the Social Science Index. *International Journal of Communication* 3: 853–870.

Schultz T. (2017) Opening Up Communication: Assessing Open Access Practices in the Communication Studies Discipline. *Journal of Librarianship and Scholarly Communication* 5(1), p. eP2131.

Teplitskiy M., Lu G., Duede E. (2016) Amplifying the Impact of Open Access: Wikipedia and the Diffusion of Science. *Journal of the Association for Information Science and Technology* 22.

Trishchenko N. (2017) *Otkrytyy dostup k nauke: analiz preimushchestv i puti perekhoda k novoy modeli obmena znaniyami* [Open Access to Science: an Analysis of the Benefits and Ways of Transition to a New Model of Knowledge Sharing]. Moscow: Webpublishers Association Armchair, Scientist Publishers. Pp. 69–70.

Wang X., Liu C., Mao W., Fang Z. (2015) The Open Access Advantage Considering Citation, Article Usage and Social Media Attention. *Scientometrics* 103(2): 555–564.

Wohlrabe K., Birkmeier D. (2014) Do Open Access Articles in Economics Have a Citation Advantage? *Munich Personal RePEc Archive*, 56842.

Xu L., Liu J., Fang Q. (2011) Analysis on Open Access Citation Advantage: an Empirical Study Based on Oxford Open Journals. *iConference '11, Proceedings of the 2011 iConference*, Seattle, 11th February 2011. Pp. 426–432.

Поступила в редакцию
04.07.2018

**Вырковский Андрей Владимирович,** доктор филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: a.v.vyrkovsky@gmail.com

**Смирнов Сергей Сергеевич,** кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: smirnov_s@rambler.ru

## ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ НАУЧНЫЙ МЕДИАДИСКУРС: СТРУКТУРА, ОСОБЕННОСТИ, КЛЮЧЕВЫЕ КОНЦЕПТЫ[1]

*В статье представлены результаты метаисследования научных трудов в сфере медиа и массовых коммуникаций, созданных российскими учеными в период с 2012 по 2016 гг. Проанализирована степень вовлеченности авторов в глобальный академический дискурс, наиболее популярные направления современных медиаисследований в России, а также главные концепты, формирующие терминологический каркас научных текстов. В качестве основного объекта изучения авторами взята сплошная выборка авторефератов диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.*

***Ключевые слова:*** *исследование, источник, направление, подход, дискурс, концепт, слово, термин.*

**Andrei V. Vyrkovsky,** Doctor of Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, e-mail: a.v.vyrkovsky@gmail.com

**Sergei S. Smirnov**, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, e-mail: smirnov_s@rambler.ru

## RUSSIAN SCIENTIFIC MEDIA DISCOURSE: STRUCTURE, FEATURES AND KEY CONCEPTS

*The paper presents the results of a meta-study of scientific papers on the media and mass communications written by Russian scholars between 2012 and 2016. The authors of the paper analyzed the scholars' involvement in the global academic discourse, the most popular directions of contemporary media studies in Russia and the key concepts forming the terminological framework of scientific texts. As the main object of the study, the authors used continuous sampling of synopses of doctoral and candidate theses in Philology in the specialty 10.01.10, Journalism.*

***Key words:*** *study, source, direction, approach, discourse, concept, word, term.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.2747*

**Введение**

Развитие отечественной науки о массовых коммуникациях в последние десятилетия сопровождалось большим количеством методологических сложностей. Причина, прежде всего, в детерминированном особенностями развития социума представлении о массмедиа как *инструменте* достижения некоторых целей, а не *самостоятельном институте*. Таким образом, массмедиа в отечественном научном дискурсе рассматривались как институт, который *должен* служить обществу (см., напр., Дмитриева, Колесниченко, Кульчицкая и др., 2018), для того чтобы обеспечить его стабильное, гармоничное функционирование. Нормативный подход к вопросам массовой коммуникации де-факто отодвигает научное освоение феноменов действительности на второй план, фокусируя внимание ученых на функциях массмедиа (Прохоров, 2003; Корконосенко, 2009).

Помимо явного отрыва от передового глобального научного дискурса, основанного на позитивистском подходе, предполагающем анализ феноменов реальности, классическая теория СМИ не востребована индустрией: медиапредприятия, функционирующие на рынке (пусть и специфическом), мало нуждаются в идеалистическом представлении о журналистике/СМИ/медиа как институтах, которые что-то должны обществу, а не собственнику. Трансформация медиасистем под воздействием новых технологий заставляет по-новому взглянуть на то, какую роль в жизни общества играют медиа и массовые коммуникации. Кризисные явления во многих сегментах медиасистемы также актуализируют необходимость обновления теоретико-концептуального фундамента науки о массмедиа (Вартанова, 2014; 2017).

Речь, прежде всего, о модернизации классического тезауруса данной науки, что в итоге должно привести к разработке нового терминологического каркаса, отвечающего современным условиям. Некоторые концептуальные лакуны, практически не освоенные отечественной наукой о массмедиа, представляются очевидными. Например, ключевыми терминологическими единицами в советском научном дискурсе являлись понятия журналистики, публицистики, творчества (см., напр., Горохов, 1975; Прохоров, 1984; Пронин, 1981 и пр.), и в последнее время предпринимаются серьезные усилия по обновлению теоретических подходов к изучению журналистики и связанных с нею понятий (см., напр., Корконосенко, 2018). Однако современные реалии требуют концепту-

ального освоения новых терминологических групп, основанных, в частности, на ключевых понятиях медиа, платформы, сети и пр.

Для решения проблемы создания нового терминологического каркаса в отечественном научном дискурсе предельно важно понимание того, какие концепции, подходы, теории используются современными исследователями – и, соответственно, какие научные направления остаются вне поля их зрения. Следует отметить, что первые комплексные работы на эту тему уже появляются (см., напр., Дунас, 2016; Макеенко, 2017). М. И. Макеенко, в частности, обратил внимание на то, что «объект-предметное поле научного дискурса почти полностью сконцентрировано на журналистике, при изучении которой преобладают филологические и нормативные концепции» и отметил «невысокий интерес российского исследовательского сообщества к интеграции в глобальный исследовательский контекст» (Макеенко, 2017).

Данная статья представляет собой попытку анализа фундамента, на котором основаны наиболее масштабные с научной точки зрения работы – отечественные диссертационные исследования на соискание научных степеней доктора и кандидата наук.

Целью данной статьи было выявление структуры современного отечественного медиадискурса, репрезентированного в списках литературы авторефератов диссертационных исследований.

Основными вопросами исследования стали:

1) определение наиболее популярных в российской науке о массмедиа научных направлений, что даст возможность определить структуру отечественного медиадискурса;

2) выявление базовых научных концептов, используемых отечественными учеными, что позволит выявить особенности терминологического каркаса российской науки о массмедиа и, соответственно, его несовершенства;

3) выявление иностранной «компоненты» в используемых российскими учеными научных подходах, что даст возможность выявить уровень интеграции отечественных изысканий в области массмедиа в глобальный медиадискурс.

## Методология

Данное метаисследование является частью многоэтапного проекта «Разработка фундаментальных основ отечественной теории медиа в условиях трансформации общественных практик и циф-

ровизации СМИ» и направлено на выявление специфики опубликованных ранее научных работ. Этот методологический подход уже был успешно апробирован при изучении массива отечественных диссертаций и научных статей (Вырковский, 2016; Дунас, 2016; Макеенко, 2017).

Эмпирическими объектами стали авторефераты диссертаций на соискание научных степеней доктора и кандидата филологических наук, защищенных в период с 2012 по 2016 гг. (специальность 10.01.10 – Журналистика). В частности, были проанализированы списки литературы, представленные в авторефератах, т. к. именно в них, как правило, авторы указывают наиболее важные труды, послужившие концептуальной основой для диссертации.

Всего было изучено 405 авторефератов из электронной базы Российской государственной библиотеки (РГБ), а также открытых баз данных (https://cyberleninka.ru/ и пр.). Все источники из списков литературы вошли в итоговую базу данных, составившую 9 889 единиц.

На первом этапе исследования были выявлены самые популярные источники в наибольшем количестве авторефератов. Всего было идентифицировано 177 научных работ, имевших пять и более упоминаний. Также были определены наиболее востребованные в научном сообществе авторы (было выявлено 126 авторов, работы которых упоминались 10 и более раз).

На втором этапе авторы статьи классифицировали источники по научным направлениям, выявив самые популярные. Список научных направлений был сформирован на базе традиционного академического представления о структуре науки о массмедиа: расширенный список включал 27 научных направлений, сокращенный – 15.

Третий этап представлял собой выявление наиболее часто используемых в научном дискурсе концептов (в данной работе используется классическое понимание дискурса – см. Ван Дейк, 1989). Под концептом мы понимаем базовые ментальные единицы, имеющие четко идентифицируемый смысл и структурирующие знания о мире (Шведова, 2005): в современных исследованиях чаще всего используется именно такая интерпретация концепта (см., напр., Остапюк, 2007; Сулина, 2015).

Для идентификации концептов мы выявляли – двумя способами – соответствующие лингвистические единицы (имена существительные).

Первый способ представлял собой частотный анализ текстов аннотаций 25 наиболее цитируемых источников (аннотации были получены из открытых источников). В рамках морфологического подхода в качестве счетной единицы брались корни слов (при отсутствии аффиксов – целые слова), являющиеся производящими по отношению к группам дериватов. Так, в случае со словом *медиа* к производным от него были отнесены слова *медиасистема, медиакомпания, медиатекст* и т. д. В ряд анализируемых лексем пришлось ввести и одну аббревиатуру – *СМИ*, приравненную к полному словосочетанию *средства массовой информации*. В результате было выявлено 24 производящих слова (имени существительных), использованных в аннотациях 10 и более раз.

Второй способ был основан на допущении, что название научной работы в подавляющем большинстве случаев четко отражает ее смысл (метафорические заголовки в научном дискурсе крайне редки). Таким образом, названия всех 177 работ, имеющих пять и более упоминаний в авторефератах, трансформировались в набор слов-существительных, либо непосредственно представленных в названиях, либо являвшихся производящими для того или иного деривата (пример: *информация – информационный)*. В итоге из 157 существительных были выбраны слова, упоминаемые чаще всего, а также слова, использованные в названиях наиболее цитируемых работ, что позволило судить о структуре научного дискурса в целом.

Дополнительным исследовательским инструментом послужил ряд глубинных интервью (13) с крупнейшими учеными-исследователями массмедиа в России, которые были выполнены в рамках того же проекта. Материалы данных интервью были использованы для объяснения тех или иных феноменов, выявленных по итогам количественной части исследования.

**Результаты исследования**

Первый этап исследования представлял собой простейший подсчет популярных у российских ученых научных работ и их авторов. Список наиболее часто используемых в диссертациях научных работ представлен в таблице 1.

*Таблица 1*

**Научные работы, наиболее часто упоминаемые в списках литературы в авторефератах диссертационных исследований 2012–2016 гг. (12 и более упоминаний)***

| № | Название | Кол-во упоминаний |
|---|---|---|
| 1 | Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. | 34 |
| 2 | Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. | 34 |
| 3 | Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека.** | 30 |
| 4 | Система средств массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. | 26 |
| 5 | Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура.** | 24 |
| 6 | Корконосенко С. Г. Основы журналистики. | 24 |
| 7 | Тертычный А.А. Жанры периодической печати. | 23 |
| 8 | Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. | 22 |
| 9 | Тоффлер Э. Третья волна. | 19 |
| 10 | Типология периодической печати / под ред. М.В. Шкондина и Л.Л. Реснянской. | 19 |
| 11 | Вартанова Е.Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы. | 17 |
| 12 | Овсепян Р.П. История новейшей отечественной журналистики: учеб. пособие. | 17 |
| 13 | Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе.** | 16 |
| 14 | Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры. | 16 |
| 15 | Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. | 15 |
| 16 | Акопов А.И. Методика типологического исследования периодических изданий. | 14 |
| 17 | Валгина Н.С. Теория текста. | 13 |
| 18 | Дейк ван Т. Язык Познание. Коммуникация. | 13 |
| 19 | Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. | 13 |
| 20 | Мисонжников Б.Я. Феноменология текста (соотношение содержательных и формальных структур печатного издания). | 13 |

*Окончание таблицы 1*

| | | |
|---|---|---|
| 21 | Журналистика в мире политики: исследовательские подходы и практика участия / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. | 13 |
| 22 | Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. | 12 |
| 23 | Жирков Г.В. История цензуры в России XIX–XX вв. | 12 |
| 24 | Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: дис. ... д-ра филол. наук. | 12 |
| 25 | Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. | 12 |
| 26 | Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М.М. Лукиной. | 12 |

* учитывались различные издания и переиздания
** в том числе иностранные издания

Как видно из таблицы 1, основу научного фундамента составляют отечественные работы: из 26 наиболее популярных источников лишь пять принадлежат перу зарубежных авторов. Интересно, что российские ученые крайне редко пользуются оригинальными работами на иностранных языках (три позиции из 26), а ссылаются обычно на труды зарубежных исследователей, которые уже переведены на русский язык. Тем не менее следует отметить высокую популярность работы Г. Маклюэна «Понимание медиа: внешние расширения человека», которая расположилась на третьем месте с 30 упоминаниями (первые два места делят труд Е. Л. Вартановой «Медиаэкономика зарубежных стран» и классическая работа Е. П. Прохорова «Введение в теорию журналистики»). В топ-5 вошли также «Средства средств массовой информации России» и работа современного классика науки о массовых коммуникациях М. Кастельса «Информационная эпоха: экономика, общество и культура».

В топ-25, как показано в таблице 2, очевидно доминирование одного центра: почти половина авторов – представители факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова (12 человек), при этом данную университетскую школу представляют три самых упоминаемых автора. Зарубежных авторов в топ-25 всего трое: Г. Маклюэн, М. Кастельс и Э. Тоффлер, работы которых также вошли в список самых цитируемых.

*Таблица 2*

**Авторы научных работ, наиболее часто упоминаемые в списках литературы в авторефератах диссертационных исследований 2012–2016 гг. (29 и более упоминаний)**

| № | Автор | Кол-во упоминаний |
|---|---|---|
| 1 | Вартанова Е.Л.* | 114 |
| 2 | Прохоров Е.П.* | 90 |
| 3 | Засурский Я. Н*. | 62 |
| 4 | Корконосенко С.Г. | 58 |
| 5 | Тулупов В.В. | 58 |
| 6 | Шкондин М.В.* | 52 |
| 7 | Дзялошинский И.М. | 50 |
| 8 | Маклюэн Г.М. | 47 |
| 9 | Кастельс М. | 46 |
| 10 | Тертычный А.А.* | 46 |
| 11 | Акопов А.И. | 44 |
| 12 | Солганик Г.Я.* | 43 |
| 13 | Тоффлер Э. | 36 |
| 14 | Лазутина Г.В.* | 34 |
| 15 | Мисонжников Б.Я. | 34 |
| 16 | Свитич Л.Г.* | 34 |
| 17 | Землянова Л.М.* | 33 |
| 18 | Калмыков А.А. | 33 |
| 19 | Мельник Г.С. | 33 |
| 20 | Фомичева И.Д.* | 32 |
| 21 | Горохов В.М.* | 30 |
| 22 | Грабельников А.А. | 30 |
| 23 | Есин Б.И.* | 30 |
| 24 | Почепцов Г.Г. | 30 |
| 25 | Сидоров В.А. | 29 |

* сотрудники факультета журналистики МГУ

В целом же доминирование отечественной научной мысли в диссертационных исследованиях несомненно: более 85% упомянутых источников и более 80% авторов (см. табл. 3).

*Таблица 3*

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

| Происхождение | Источники (N=177, более 5 упоминаний), % | Авторы (N=126, более 10 упоминаний), % |
|---|---|---|
| Отечественные | 85,88 | 82,54 |
| Иностранные | 14,12 | 17,46 |

Как свидетельствует один из проинтервьюированных нами академических ученых, «есть существенный разрыв между отечественной и зарубежной академической теорией медиа. Если говорить не только о теории медиа, но и о теории массовых коммуникаций, подавляющая часть академического сообщества, возможно, не видела и не читала ключевые работы, на которых базируется журналистское образование... Ключевые фигуры западной теории медиа даются нам только в каком-то хрестоматийном ключе... Переводы некоторых важных работ действительно вызвали резонанс в академической среде. Но очень многие работы просто не переведены. То, что для западных коллег является очень важным, для нас представляется чем-то второстепенным» (Респондент № 5).

«Главная проблема – отрыв от мирового контекста. Люди иногда даже не знают теории, отсылка к базовым работам часто отсутствует напрочь. Мировая наука ушла вперед, трактовки уже давно переделаны. Плюс тотальное незнание языков, особенно в регионах», – вторит ему другой специалист (Респондент № 4).

Структурно научный дискурс, как показано на рисунках 1 и 2, отличается ярким доминированием направлений, связанных с изучением теории и практики журналистики, а также проблем средств массовой информации (СМИ). Также достаточно популярны работы, посвященные исследованию коммуникаций и истории журналистики.

Наряду с простым расчетом упоминаний и источников, относящихся к тому или иному научному направлению, мы рассчитали коэффициент востребованности научных работ того или иного на-

правления (логика следующая: некоторые – в частности, узкие – научные направления представлены всего несколькими авторами, которые продуцируют не так много трудов, тем не менее могут быть весьма востребованы научным сообществом). Как видно из таблицы 4, некоторые направления, не входящие в число лидеров по общей упоминаемости, действительно лидируют по востребованности научных работ: так, крайне популярны труды по медиабизнесу, Интернету, медиа[2].

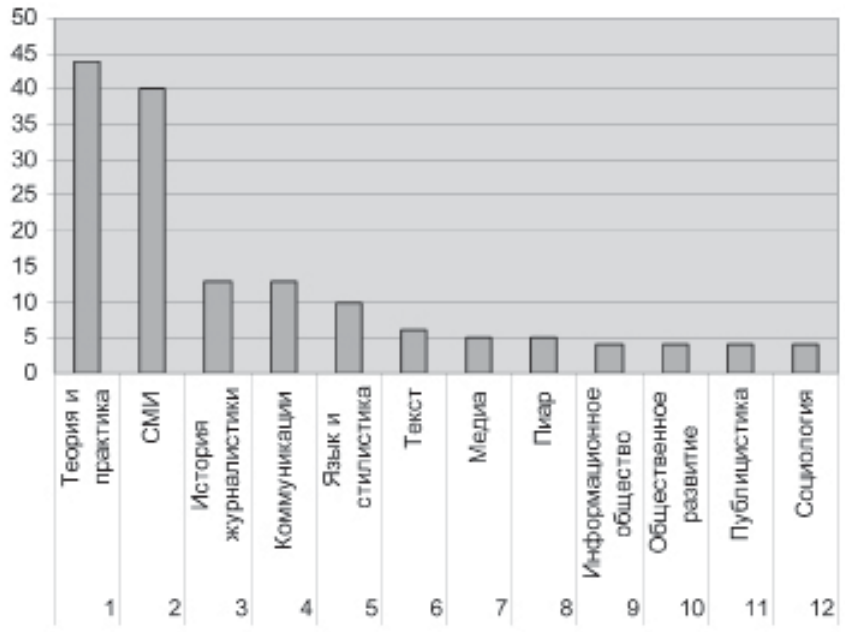



*Рисунок 1. Ключевые научные направления, представленные в научном дискурсе. Общее кол-во источников (N=177, более 5 упоминаний)*

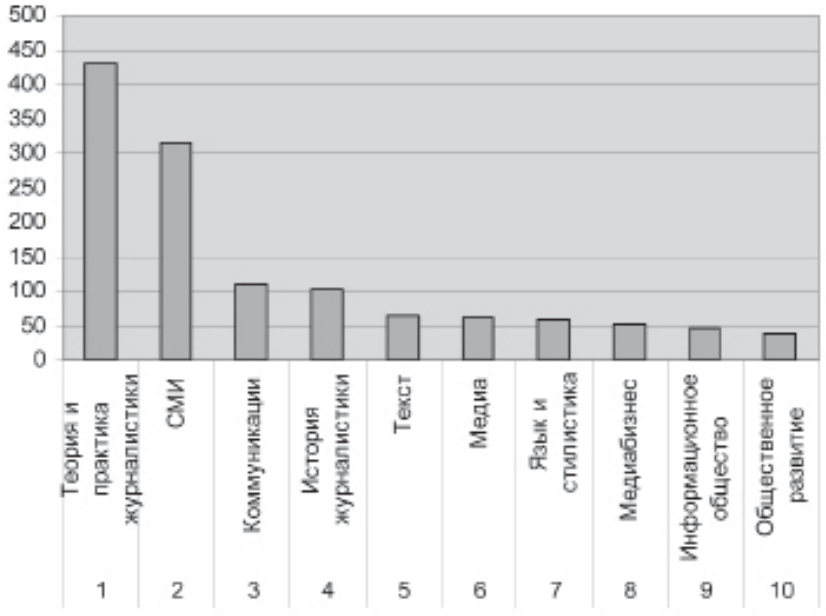



*Рисунок 2. Ключевые научные направления, представленные в научном дискурсе. Общее кол-во упоминаний источников (N=177, более 5 упоминаний)*

*Таблица 4*

**Ключевые научные направления, представленные в научном дискурсе. Востребованность источников *(N=177, более 5 упоминаний)***

| Научное направление | Отношение кол-ва упоминаний к кол-ву источников |
|---|---|
| Медиабизнес | 17,33 |
| Интернет | 16 |
| Медиа | 12,4 |
| Информационное общество | 11,5 |
| Реклама | 11 |
| Текст | 10,5 |
| Медиалингвистика | 10 |
| Теория и практика журналистики | 9,8 |
| Общественное развитие | 9,75 |
| Медиатекст | 9 |

Впрочем, представленная выше интерпретация результатов анализа вполне может быть подвергнута критике за субъективность при выделении научных направлений, что зачастую встречается в академической практике. Мы попытались нивелировать этот недостаток, максимально укрупнив научные направления, что, с одной стороны, несколько «огрубляет» результаты, но с другой – минимизирует роль субъективных факторов. Результаты представлены на рисунках 3 и 4, в таблице 5.

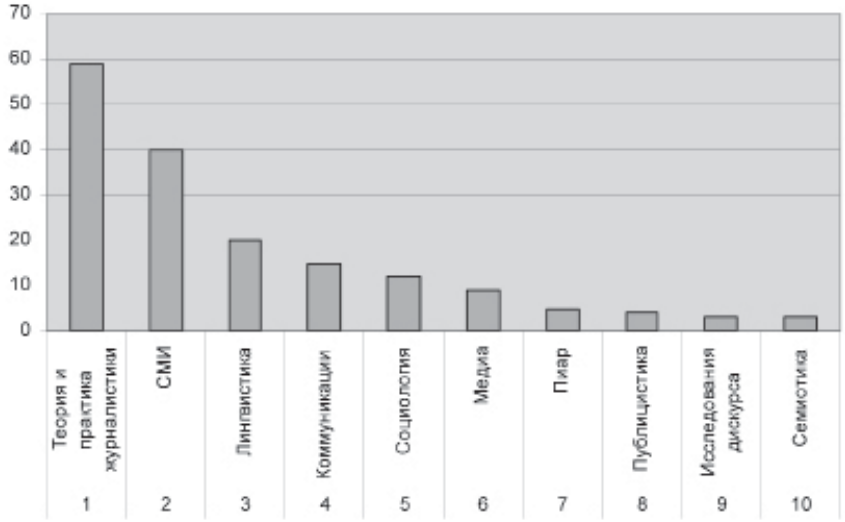



*Рисунок 3. Укрупненные научные направления, представленные в научном дискурсе. Общее кол-во источников (N=177, более 5 упоминаний)*

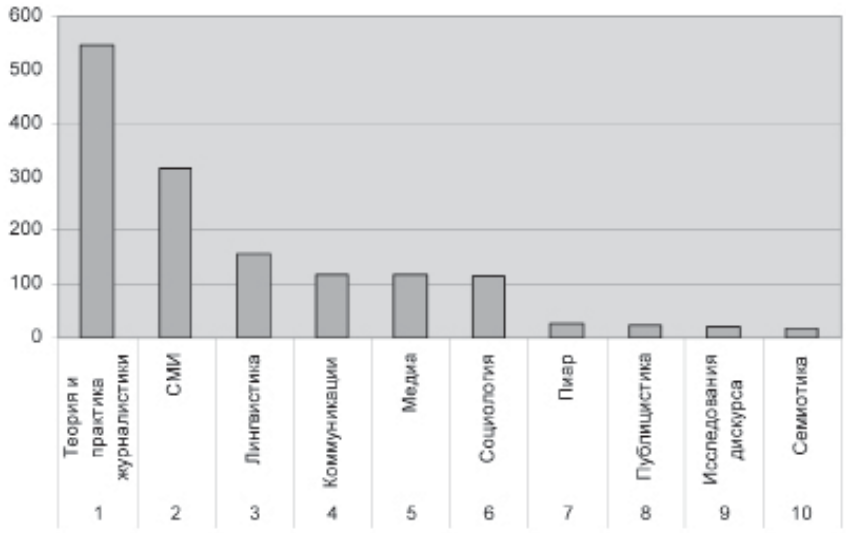



*Рисунок 4. Укрупненные научные направления, представленные в научном дискурсе. Общее кол-во упоминаний источников (N=177, более 5 упоминаний)*

*Таблица 5*

**Укрупненные научные направления, представленные в научном дискурсе. Востребованность источников *(N=177, более 5 упоминаний)***

| Научное направление | Отношение кол-ва упоминаний к кол-ву источников |
|---|---|
| Интернет | 16 |
| Медиа | 13,22 |
| Реклама | 11 |
| Социология | 9,58 |
| Теория и практика журналистики | 9,25 |
| Коммуникации | 7,93 |
| СМИ | 7,9 |
| Лингвистика | 7,9 |
| Маркетинг | 7 |
| Исследования дискурса | 6,67 |

Как и в первой классификации, очевидно превалирование в научном дискурсе работ, связанных с теорией и практикой журналистики, а также средствами массовой информации. Объясняется это как сложившейся научной традицией, так и обширностью самого объекта изучения. «Самое правильное понимание и описание журналистики – это множественное описание. Под журналистикой мы понимаем и определенную деятельность, и определенную квалификацию, и продукцию, совокупность произведений, которые появляются в результате журналистской деятельности. Под журналистикой... мы понимаем инфраструктуру – не средства массовой информации, а редакции, т. е. объединенные кадры, профессионально-творческие коллективы. И, потом...под журналистикой мы понимаем определенное образование, определенную область научно-исследовательской деятельности», – говорит в глубинном интервью один из экспертов (Респондент № 7).

Также у отечественных ученых популярны лингвистические и текстологические исследования, а также работы по коммуникации. Работы из относительно узких направлений, как было уже отмечено выше, привлекают значительный интерес научного сообщества. Особенно обращает на себя внимание прецедент направления, связанного с изучением различных аспектов медиа: в отличие от направлений *Интернет* и *Реклама*, он представлен заметным числом источников (9), которые при этом весьма популярны у исследователей (второе место по коэффициенту востребованности источников).

Анализ лингвистических единиц в аннотациях топ-25 работ, репрезентирующих различные концепты в научном дискурсе, также демонстрирует полное доминирование концепта *журналист*. Это производящее слово было обнаружено 53 раза. И даже если учесть, что в 6 случаях оно применяется в аннотациях просто для обозначения специальности/направления подготовки «Журналистика», существенное превосходство по частотности употребления более чем очевидно (см. рис. 5).

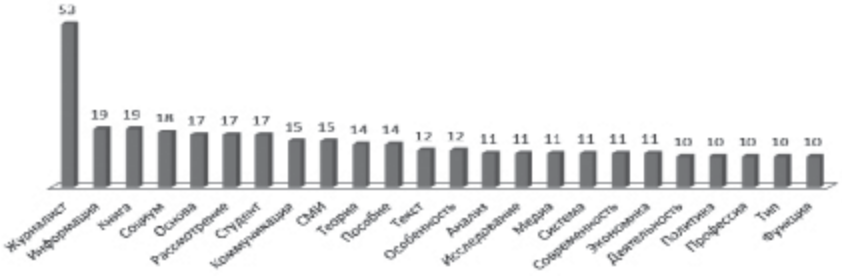



*Рисунок 5. Производящие слова в аннотациях источников с частотой упоминания 10 и более раз*

Построение отраслевого академического дискурса, прежде всего, вокруг производящего слова *журналист* вполне корреспондируется с частотой употребления в аннотациях таких производящих слов, как *текст* (12)*, деятельность* (10) и *профессия* (10). Во многом это же касается лексем *функция* (10) и *тип* (10). Обращает на себя внимание тот факт, что производящее слово *медиа* уступает *журналисту* по частотности почти в пять раз: обнаружено только 11 случаев. Более активно авторами используется и аббревиатура *СМИ* (средства массовой информации) – 15 случаев.

В ходе исследования мы не учитывали «служебные» для построения каноничных формулировок аннотаций производящие слова (*книга* – «в данной книге», *студент* – «предназначено для студентов», *пособие* – «пособие содержит», *анализ* – «проведен анализ», *исследование* – «результаты исследования»). Закономерно, что достаточно часто в изученных аннотациях встречаются ключевые для данной области знания производящие слова *информация* (19) и *коммуникация* (15). Отметим также, что среди наиболее часто употребляемых лексических единиц – *социум* (18), *экономика* (11) и *политика* (10). Это демонстрирует явную взаимосвязь со смежными научными сферами. А такие слова, как *основа, теория*, *особенность* и *современность,* следует, скорее, отнести к общенаучной лексике, не имеющей привязки к конкретной дисциплине.

Анализ концептов, выявляемых в названиях цитируемых работ, показывает, что из 157 идентифицированных нами концептов самыми используемыми являются концепты *журналистика, Россия и СМИ* (см. рис. 6 и 7, табл. 6). При этом можно выделить ряд относительно редко встречающихся концептов, которые вызывают интерес ученых (см., напр., *демократия, экономика, медиа*). Отдельно

необходимо подчеркнуть феномен концепта *медиа*, который встречается достаточно часто (8 упоминаний), но не входит в число самых распространенных, однако обеспечивает работам значительное внимание исследователей.

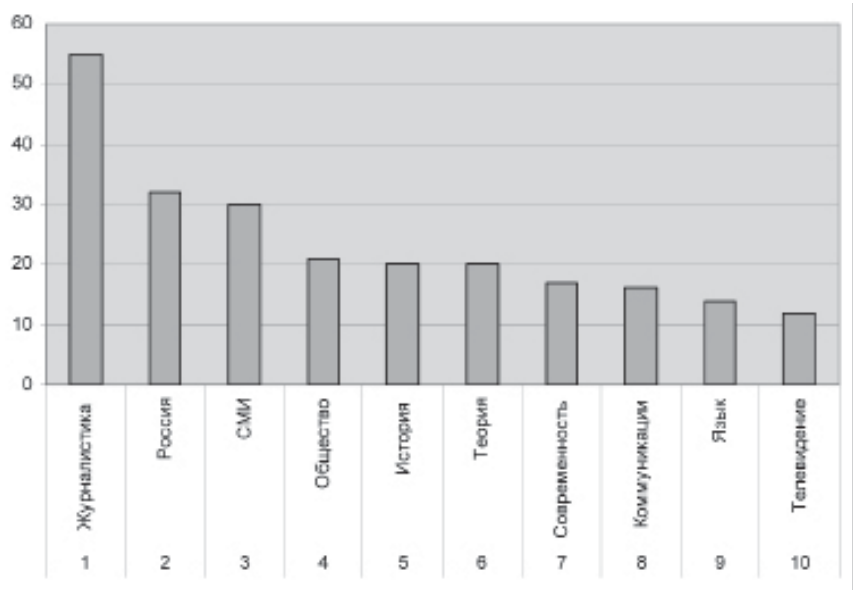



*Рисунок 6. Наиболее популярные концепты, представленные в названиях научных работ. Общее кол-во источников, названия которых содержат концепт (N=177, более 5 упоминаний)*

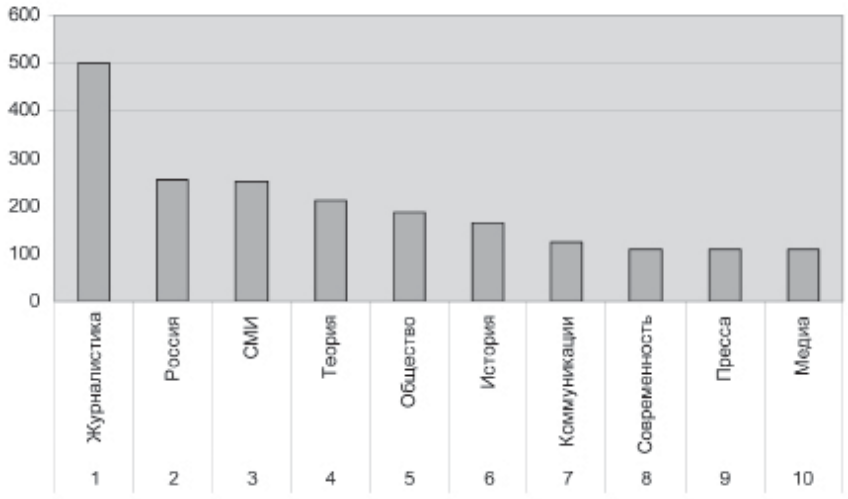



*Рисунок 7. Наиболее популярные концепты, представленные в названиях научных работ. Общее кол-во упоминаний источников, названия которых содержат концепт (N=177, более 5 упоминаний)*

*Таблица 6*

**Наиболее популярные концепты, представленные в названиях научных работ. «Востребованность» концепта *(N=177, более 5 упоминаний)***

| Научное направление | Отношение кол-ва упоминаний к кол-ву источников |
|---|---|
| Демократия | 22 |
| Экономика | 18,75 |
| Медиа | 13,5 |
| Познание | 13 |
| Участие | 13 |
| Цензура | 12 |
| Культура | 11,4 |
| Диалог | 11 |
| Жанры | 11 |
| Классификация | 11 |
| Эстетика | 11 |

**Выводы и дискуссия**

Изучение концептов научного дискурса показало, что журналистика в нашей стране остается ключевым концептуально-теоретическим полем, в котором работают российские ученые. При этом анализ концептов, репрезентированных в названиях научных работ, указывает на некоторую локальность отечественной науки (см. распространенность концепта *Россия*). Все это – признак наличия и действия научной традиции, практически не изменившейся за постсоветское время.

Проведенное метаисследование продемонстрировало определенную изолированность отечественного научного дискурса от глобальной науки о массмедиа: российские исследователи предпочитают опираться на работы отечественных специалистов. При этом сложился фактически неизменный круг наиболее популярных иностранных авторов (Г. Маклюэн, М. Кастельс, Э. Тоффлер) и их переведенных на русский язык работ. К сожалению, объемный корпус медиаисследований, опубликованных только на иностранных языках, пока мало востребован российскими учеными.

Среди отечественных авторов по показателям упоминаемости в авторефератах диссертационных исследований лидируют представители факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, при этом уровень концентрации весьма высок: так, среди самых цитируемых авторов практически половину составляют сотрудники этого академического центра.

Необходимо также отметить, что отечественный научный дискурс смещен в сторону изучения теории и практики журналистики и – в меньшей степени – средств массовой информации и медиа. Традиционные для зарубежного научного дискурса направления (исследования массовой коммуникации, медиаэффектов, аудитории) представлены значительно слабее либо не представлены совсем. Тем не менее некоторые косвенные показатели позволяют говорить о пробуждении интереса отечественных ученых к новым научным направлениям/концептам, в числе которых надо выделить концептуально-теоретическое поле медиа. Мы полагаем, что данный феномен указывает на необходимость активизации научных усилий в этом поле и проведения уточняющих метаисследований как зарубежного, так и отечественного научного дискурса о медиа.

## Примечания

[1] Исследование выполнено за счет средств гранта Российского научного фонда (проект № 17-18-01408).

[2] Отдельно необходимо указать на методологическую сложность, связанную с определением границ направлений: речь идет о соотношении понятий журналистики, СМИ, коммуникаций, медиа и т. д. Очевидно, что некоторые из направлений могут полностью либо частично включать другие. Данная проблема решалась оценкой интенции автора научной работы: какой феномен он называл в качестве ключевого объекта своего исследования. Это позволяло, например, отделить сравнительно узкое поле *публицистики* от *журналистики* и пр.

[3] Необходимо подчеркнуть, что понятие *медиа* отличается чрезвычайной сложностью, – это признается как отечественными, так и зарубежными исследователями. Концептуально феномен медиа рассматривается в сложной взаимосвязи с массовыми коммуникациями, общением, журналистикой, СМИ и пр. Мы относили к этому направлению работы, авторы которых четко указывали, что их объектом являются медиа как посредник при передаче информации, социальный институт, носитель информации.

## Библиография

*Ван Дейк Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989.

*Вартанова Е. Л.* К вопросу об актуализации теории журналистики и теории СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 1. С. 5–13.

*Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014.

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

*Горохов В. М.* Закономерности публицистического творчества. М.: Мысль, 1975.

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

Журналистика в информационном поле современной России: должное и реальное / *О. А. Дмитриева, А. В. Колесниченко, Д. Ю. Кульчицкая* и др. М.: Аспект Пресс, 2018.

*Корконосенко С. Г.* Объект теории журналистики: взрывное развитие // Век информации. 2018. № 1. С. 16–29.

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

*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.

*Остапюк М. И.* Ключевой фрейм как когнитивная основа диалогической коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2007.

*Пронин Е. И.* Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981.

*Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. М.: Аспект Пресс, 2003.

*Прохоров Е. П.* Искусство публицистики. М.: Советский писатель, 1984.

*Сулина О. В.* Бюджетный процесс в региональном медиадискурсе: дис. ... канд. полит. наук. СПб, 2015.

*Шведова Н. Ю.* Русский язык: Избранные работы. М.: Языки славянской культуры, 2005.

## References

Dmitriyeva O. A., Kolesnichenko A. V., Kul'chitskaya D. Yu. et al. (eds.) (2018) *Zhurnalistika v informatsionnom pole sovremennoy Rossii: dolzhnoye i real'noye* [Journalism in the Information Field of Modern Russia: the Due and the Real]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Dunas D. V. (2016) Natsional'noye svoyeobraziye rossiyskoy shkoly issledovaniy SMI: teoreticheskaya napravlennost' dissertatsiy v period 1991–2010 gg. [National Specifics of Russian School of Mass Media Studies: the theoretical focus of theses in the period between 1991-2010]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 103–119. (In Russian)

Gorokhov V. M. (1975) *Zakonomernosti publitsisticheskogo tvorchestva* [Regularities of Journalistic Creative Work]. Moscow: Mysl' Publ. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (2018) Ob'yekt teorii zhurnalistiki: vzryvnoye razvitiye [The Object of Journalism Theory: Explosive Development]. *Vek informatsii* 1: 16–29. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (2009) *Osnovy zhurnalistiki* [Fundamentals of Journalism]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Makeyenko M. I. (2017) Razvitiye teoriy media v rossiyskikh nauchnykh zhurnalakh v 2010-e gg.: rezul'taty pervogo etapa issledovaniy [Development of Media Theory in Russian Scientific Journals in the 2010s: Results of the First Stage of the Studies]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6. (In Russian)

Ostapyuk M. I. (2007) *Klyuchevoy freym kak kognitivnaya osnova dialogicheskoy kommunikatsii*: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk [The Key Frame as a Cognitive Basis of Dialogic Communication: synopsis of PhD philol. sci. diss.] Belgorod. (In Russian)

Prokhorov E. P. (1984) *Iskusstvo publitsistiki* [The Art of Journalism]. Moscow: Sovetskiy pisatel' Publ. (In Russian)

Prokhorov E. P. (2003) *Vvedeniye v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to Journalism Theory]. M.: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Pronin E. I. (1981) *Tekstovyye faktory effektivnosti zhurnalistskogo vozdeystviya* [Text Factors of Effectiveness of Journalistic Influence]. Moscow: Mosk. Univ. Publ. (In Russian)

Shvedova N. Yu. (2005) *Russkiy yazyk: izbrannyye raboty* [The Russian Language: Selected Works]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ. (In Russian)

Sulina O. V. (2015) *Byudzhetnyy protsess v regional'nom mediadiskurse*: dis. ... kand. polit. nauk [Budgetary Process in Regional Media Discourse: PhD polit. sci. diss.] SPb. (In Russian)

Van Dijk T. A. (1989) *Yazyk. Poznaniye. Kommunikatsiya* [Language. Cognition. Communication]. Moscow: Progress Publ. (In Russian)

Vartanova E. L. (2017) K voprosu ob aktualizatsii teorii zhurnalistiki i teorii SMI [Towards Updating Journalism Theory and Mass Media Theory]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 6 (1): 5–13. (In Russian)

Vartanova E .L. (2014) *Postsovetskiye transformatsii rossiyskikh SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet Transformations of Russian Mass Media and Journalism]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Vyrkovskiy A. V. (2016) Novyye issledovatel'skiye zadachi v oblasti mediamenedzhmenta i mediaekonomiki Rossii [New Research Goals in Russian Media Management and Media Economics]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 6. (In Russian)

Поступила в редакцию
25.06.2018

# ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

**Шестерина Алла Михайловна,** доктор филологических наук, профессор кафедры телевизионной и радиожурналистики, Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия; e-mail: shesterina8@gmail.com

## ОСОБЕННОСТИ АКТУАЛИЗАЦИИ МЕТАПРОГРАММ В СОВРЕМЕННОМ РАДИОЭФИРЕ

*Проблема привлечения и удержания внимания, а также формирования интереса к медиатексту в условиях увеличения информационного обмена представляется актуальной. Особенно значима она для радио, где сообщения воспринимаются в основном потоково. В статье анализируется потенциал ключевых метапрограмм в аспекте стимулирования интереса к конкретному медиатексту. Обращается внимание на актуализацию в эфире топовых радиостанций таких метапрограмм, как метапрограммы «Люди», «Ценности», «Процесс», «Сходство», «Прошлое», «Достижение», «Власть», «Рефлексивность». Делается вывод о приобретении этими программами специфических черт в условиях современной медиакоммуникации. Отмечается тенденция проявления всех или почти всех метапрограмм в одном радиопроизведении, а также усиление эффекта взаимопроникновения метапрограмм как средства повышения эффективности радиосообщений.*

***Ключевые слова:*** *радиоэфир, радиопередача, метапрограмма, медиавосприятие.*

**Alla M. Shesterina**, Doctor of Philology, Professor at the Chair of Television and Radio Journalism, Voronezh State University, Voronezh, Russia; e-mail: shesterina8@gmail.com

## CHARACTERISTICS OF METAPROGRAM ACTUALIZATION IN MODERN RADIO BROADCASTING

*The problem of attracting and maintaining the viewer's interest in the media text in the context of increased information exchange appears to be relevant. This is especially true for the radio, where information is presented sequentially, in a constant flow. The goal of this research is to analyze the potential of key metaprograms in terms of invoking listeners' interest in a particular media text. A "metaprogram" is a base filter of perception that determines and shapes the audience's area of interest. Using the methods of contextual analysis and content analysis on the most popular and well-known Russian radio stations, we identify the most common and often used metaprograms of contemporary radio broadcasting and describe their specific traits at their current state. Solving these tasks allows us to come to a conclusion that five distinctive metaprograms exist in broadcasts of ten*

*top Russian stations under consideration: “People”, “Values”, “Process”, “Similarity” and “Past”. These metaprograms have gained easily recognized traits in modern media. For example, the “people” metaprogram in its current form is characterized by the intensifying of the unique-to-individual approach, intimate interaction, interactivity, the listener’s involvement, the shifting of the hosts’ attention from the guests of the show to the audience and attempts to invoke the feeling of unity in listeners. The “values” metaprogram exhibits characteristics of pragmatism in the text and strict formats of broadcasting. We notice a tendency for all of the above-mentioned metaprograms or at least most of them to be used in one broadcast as well as an increase in interconnectivity and interdependency of metaprograms as a tool that aids in making radio broadcasting more effective.*

***Key words:*** *radio broadcasting, radio program, metaprogram, media perception.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.4861*

**Введение**

Медиасистема сегодня претерпевает серьезные изменения. Скорость трансформационных процессов зачастую оборачивается невозможностью их критического осмысления – особенно в аспекте модификации информационных привычек аудитории. Что же обеспечивает востребованность и популярность медиасообщения? Почему одно произведение обсуждается всеми, а другое не находит отклика в сердцах и умах аудитории? Особенно важно ответить на эти вопросы в ходе исследования аудиосектора современных медиа. Информация на радио воспринимается слушателем потоково, и, для того чтобы стать заметным в этом потоке, аудиопроизведение должно захватить внимание слушателя. Более того, сама радиостанция, чтобы выделиться на общем медийном поле, должна сделать то же самое. В нашем исследовании мы рассмотрим лишь одну возможность удержать слушательский интерес. Мы постараемся исследовать современный радиоэфир с точки зрения доминирующих метапрограмм.

Вопрос об эффективности радиопрограмм анализировался исследователями неоднократно. К нему обращались такие авторы, как А. А. Аллахвердова (2001), Ю. В. Клюев (2015), А. Ю. Крамер (2016), Т. В. Лебедева (2013), В. А. Сухарева (2001), В. В. Смирнов (2002), А. А. Шерель (2005), Е. Н. Филимоновых (2002) и другие. Однако до сих пор попытка исследовать предмет с позиций метапрограммного подхода не предпринималась. Между тем именно такой подход способен, по нашему мнению, многое объяснить в трансформации информационного поведения аудитории.

**Методология исследования**

Термин *метапрограмма* имеет несколько трактовок и на современном этапе выходит за рамки теории нейролингвистического программирования, в рамках которой он появился. В нашем исследовании под метапрограммами мы будем понимать базовые фильтры восприятия, которые определяют сферу медийных интересов аудитории. В подобной трактовке этот феномен не раз применялся учеными при анализе различных сфер коммуникации – политической, рекламной, массмедийной (Бойко, 2010; Исаев, 2016; Ковалевская, 2006; Кутуза, 2015; Меркулов, 2005; Холл, Боденхамер, 2007). В более ранних работах авторы также использовали параметр медиавосприятия применительно к области телевидения и сетевых медиа (Шестерина, 2017a; 2017b; 2016; 2012). В данном исследовании мы соотнесем его с анализом эфирного контента современных радиостанций.

При восприятии одного и того же медиатекста слушатель концентрируется на различных его аспектах в зависимости от активности в его восприятии той или иной метапрограммы. Можно сказать, что метапрограмма – это своего рода призма, через которую мы воспринимаем события реальности вообще и медиапроизведения в частности. Таким образом, соприкасаясь с одним и тем же произведением, мы фрагментируем его и отбираем то, что вызывает у нас особенный интерес. Отобранное подвергается затем оценке, связываясь со свойственными нам паттернами мышления. Если метапрограмма, актуализированная автором медиатекста, и метапрограмма, доминирующая в восприятии слушателя, совпадают, произведение вызывает интерес. Далее оно может понравиться или не понравиться, но необходимый шаг к удержанию внимания уже сделан.

Целью нашего исследования станет выявление ключевых метапрограмм и конкретизация особенностей их проявления в современном радиоэфире. Объект исследования – контент передач современных радиостанций, предмет – метапрограммы, реализованные в содержании анализируемого контента. В определении количества метапрограмм не существует четких позиций. Так, М. Холл и Б. Бодденхамер называют более пятидесяти метапрограмм и отмечают при этом возможность их диффузии, взаимопроникновения и взаимодополнения на уровне текста. Мы в нашем исследовании акцентируем внимание на тех метапрограммах, которые проявляются в радиопроизведениях наиболее часто. В ра-

боте будет использован текстологический метод и метод анализа контента. Мы обратимся к опыту радиостанций, которые входят в топ-10, по данным *Radio Index*, на декабрь 2017 – февраль 2018 гг.[1]: «Авторадио», «Европа плюс», «Ретро *FM*», «Вести *FM*», «Русское радио», «Эхо Москвы», «Радио Шансон», «Радио *Energy*», «Дорожное радио» и «Юмор *FM*». Несмотря на различия в форматах названных радиостанций, они функционально близки, решают одни и те же задачи, хотя их контент, безусловно, разнится. Материалом исследования станут выпуски программ, вышедшие в эфир в 2018 г.

**Результаты исследования**

Важно отметить, что первичный анализ реализуемых в выпусках передач метапрограмм покрывает весь спектр интересов аудитории. Мы в нашем исследовании, однако, остановимся на тех из них, которые в максимальной степени актуализированы сегодня.

**Метапрограмма «Люди»**

В центре повествования – человек. Через его судьбу, его мысли, его поступки транслируются социокультурные ценности. Такого рода метапрограмма становится чрезвычайно популярной в современном радиоэфире. Прежде всего, важно отметить, что голос человека является основным носителем информации на радио, и в этом смысле метапрограмма «Люди» была популярна с момента его зарождения. Однако сегодня она реализуется в новых формах и в целом более активно. В основном это происходит за счет персонификации информации. Ведущий эфира все больше индивидуализируется – проявляет качества уникальной личности. Происходит это за счет активизации суперсегментных элементов радиотекста, особой расстановки смысловых акцентов, системы пауз.

Часто персонификация проявляется в создании подтекста. В этом случае у аудитории рождается чувство комьюнити, принадлежности к одной социокультурной группе. Такой процесс мы часто наблюдаем в программах радиостанции «Эхо Москвы». Примером может служить программа «Один». Ее аудитория сравнительно постоянна, что позволяет авторам через ассоциативные ряды создавать образы с опорой на существующий у радиослушателя контекст и ссылаться на собственные высказывания, прозвучавшие ранее: «Цукерберг еще идет, я так кусочек посмотрел, он

отчитывается, отбивается в Сенате США. Но посмотрим. А Совет Безопасности уже закончился. Но тем не менее первой нашей темой будет – это каким образом журналисты встречаются с людьми, носителями информации, а затем про это ничего не говорят или говорят неправильно. Поэтому давайте мы сейчас вспомним о том, что в нашей работе главное – слова. И, естественно, тогда у нас Ален Делон и Далида со словами *paroles, paroles*»[2].

В этом фрагменте ведущий Алексей Венедиктов явно апеллирует к уже имеющемуся у аудитории культурному фону. Подразумевается, что его аудитория, безусловно, знает о том, что происходит в Сенате США, в Совете Безопасности, и отлично понимает, почему в контексте темы уместна именно песня Далиды и Алена Делона.

В этом же выпуске ощущение комьюнити формируется, например, за счет формирования у аудитории ощущения едва ли не личного знакомства с ведущими программы «Один». А. Венедиктов говорит: «Ничего не случилось, Леша приболел Нарышкин. И завтра его в «Дневном развороте» заменит Олег Овчаренко. Я надеюсь, что Алексей скоро выздоровеет... Еще раз повторю, приболел Алексей Нарышкин. Не только он меня заменяет, но и я его заменяю».

Подтекст этих уточнений формирует у аудитории ощущение, что слушатели принадлежат к сообществу, которое не случайно в эфире остановило свой выбор на этой программе, но слушает ее постоянно и, более того, следит за работой каждого ведущего, беспокоится о его отсутствии в эфире.

Этот же фрагмент иллюстрирует и еще одну тенденцию актуализации метапрограммы «Люди» – повышенную интимизацию повествования и сокращение дистанции диалога. В эфире все больше ощущается переход от официально-деловой манеры общения со слушателем к манере доверительной. Бесспорно, в приведенном выше примере мы апеллировали к ночному радиоэфиру, для которого такая форма речевого общения традиционна. Однако и в дневном секторе вещания она присутствует все чаще. Например, ведущий программы «Утренний экспресс» Олег Орлов («Ретро *FM*») в рубрике «Позитив» постоянно стремится к сокращению дистанции со слушателем, что проявляется в повышенной модальности текста, частом обращении к аудитории, в использовании намеков и шуток. Такую же форму работы со слушателем мы встречаем в дневном эфире «Русского радио», где, например,

ведущий Дмитрий Оленин обращается к аудитории: «Она скоро будет в нашем эфире. Не пропустите! Не опаздывайте!»[3].

В целом можно говорить о том, что интимизация повествования, сокращение дистанции с аудиторией, попытка формирования комьюнити сегодня свойственны эфиру едва ли не всех радиостанций. За счет психологического механизма отождествления эти формы работы позволяют слушателю вступить в тесный контакт с ведущим программы и реализовать таким образом метапрограмму «Люди», получив информацию от заслуживающего доверия источника.

Безусловно, это не единственная форма актуализации метапрограммы. Она проявляется практически всегда, когда в студии появляются гости. Но студийные беседы всегда составляли значительную часть радиоэфира. Что же нового в этом сегодня? Прежде всего, заметно изменился локус внимания радиоведущего: слушатель все более активно становится потенциальным участником диалога. Можно сказать, что диалог в целом уступает место полилогу. И речь идет не только об использовании технологий интерактивности (чат, *sms*), но, в первую очередь, о постоянном обращении ведущего к радиослушателям в ходе беседы. Вот как, например, приветствуют радиослушателей ведущие проекта «РАШ» на радио «Европа плюс»:

– Привет, друзья! Радиоактивное шоу «РАШ», Антон Камолов и Елена Абитаева. Мы находимся в этой студии! Ближайшие два часа проведем вместе с вами. Лена, привет!

– Привет, Антон! Привет, человечество! Здравствуй, галактика Млечный путь![4]

Частое обращение к аудитории подкрепляется интонационным колорированием, когда ведущие могут переходить в общении со слушателем с крика на шепот, как это часто происходит в названной выше программе или в программе «Интерактив» на «Вести *FM*».

Другой вариант проявления метапрограммы «люди» – приглашение медийной личности в качестве ведущего («Николай Басков и его любимые стишки-пирожки», «Рога и копыта» на «Юмор *FM*»).

В целом нельзя не заметить, что метапрограмма «Люди» на современных радиостанциях расширила диапазон влияния как за счет гостей в студии, так и за счет активизации роли ведущего, который едва ли не при каждом появлении стремится продемонстрировать личностные качества и собственное отношение к теме передачи.

**Метапрограмма «Ценности»**

Направлена на сохранение аксиологических акцентов или (что сложнее) распространение абсолютно нового для широкой аудитории знания. С одной стороны, эта метапрограмма транслирует базовые человеческие ценности – жизнь, здоровье, социальные контакты, с другой – она формирует ценностную ориентацию современного общества, направляя фокус зрения аудитории на то или иное явление духовной и материальной жизни, актуализируя его в картине мира слушателя.

В первом смысле метапрограмма «Ценности» проявляется едва ли не во всех программах радиоэфира. Здесь, правда, важно отметить, что от повторов и смысловых акцентов в разговоре о конкретных базовых ценностях зависит характер их интерпретации аудиторией. Базовые ценности современное радио может трансформировать в терминальные. То есть, к примеру, ценность жизни может стать актуальной в связи с обсуждением чрезвычайного происшествия, катастрофы, но она может быть и девальвирована другими информационными поводами.

В рассказе о базовых ценностях радиожурналисты, как правило, прибегают к архетипическим сюжетам (борьба с титаном, подвиг Прометея, сюжет Золушки и др.), заостряя содержание ключевого конфликта. К примеру, в эфире «Авторадио» довольно часто звучит информация о дорожно-транспортных происшествиях с однотипным фабульным и сюжетным решением: один автомобиль подрезал другой и дорожная полиция разбирается в произошедшем. Налицо актуализация так называемого треугольника Карпмана, где присутствует жертва, агрессор и спасатель. Такая тройственность актуальна для подавляющего числа новостей «Авторадио».

Важно отметить, что ценности, актуализируемые в радиоэфире, могут быть как материальными, так и духовными. К последним относится, прежде всего, музыка. Музыкальное содержание эфира радиостанций, безусловно, различается. «Авторадио» – музыка, объединяющая различные аудиторные группы, «Европа плюс» – музыка зарубежных исполнителей, «Ретро *FM*» – музыкальные хиты XX в., «Вести *FM*» – фрагментарное включение разноплановой музыки, «Русское радио» – произведения отечественных исполнителей, «Эхо Москвы» – музыка, соотносящаяся с содержанием эфира (например, «120 минут классики рока», «Весь этот блюз», «Винил», «Хранитель снов»), «Радио Шансон» – шан-

сон и бардовская песня, «Радио *Energy*», «Дорожное радио» и «Юмор *FM*» – преимущественно популярная музыка. С точки зрения реализации метапрограммы «Ценности» музыкальный эфир радиостанций формирует у слушателя ощущение комьюнити, оказывает влияние на формирование его музыкальных вкусов и влияет на эмоциональный настрой. В числе актуальных сегодня тенденций можно назвать увеличение в эфире большинства радиостанций времени звучания музыки и вытеснение ею разговорного формата.

К другим нематериальным ценностям, обсуждаемым в радиоэфире, можно отнести программы, информирующие о разных культурах («Культурное путешествие» на «Вести *FM*»), направленные на обсуждение сложных тем культурологического характера («Культурный вопрос» на «Вести *FM*», «Культурный шок», «Музейные палаты» на «Эхо Москвы»), рассматривающие вопросы архитектуры и градостроительства, духовности и сохранения исторических памятников («Полустанок» на «Вести *FM*»), литературы («Книжечки» на «Эхо Москвы»), а также программы научно-популярной направленности («Гранит науки» на «Эхо Москвы»).

В числе материальных ценностей часто обсуждаются автомобильные вопросы («Автомания» на «Эхо Москвы», «Автодетали», «Авторазборки» на «Вести *FM*», радиосообщения на «Авторадио»), проблемы укрепления здоровья («Витаминка» на «Вести *FM*»), бытовые вопросы («Дом», «Удачный сезон» на «Вести *FM*», «Во саду ли в огороде» на «Эхо Москвы»), мода («О стиле все и сразу» на «Эхо Москвы»).

Нередко программы этого типа выстраиваются в формате прагматического текста под влиянием позитивистской парадигмы мышления. К примеру, в программе «Потребсоюз» на «Вести *FM*» мы можем услышать конкретные советы в рамках темы (автосервис и наши права, права пациентов, как не попасться на уловки кибермошенников, как защититься от охранника в магазине и т. д.). Важно отметить актуализацию этой парадигмы мышления в программах культурно-просветительской тематики.

**Метапрограмма «Сходство»**

Демонстрация повседневной, обыденной жизни – ее основа. Такая метапрограмма проявляется, когда ведущие, например, примеряют на себя маску простых людей (ведущие-родители в програм-

мах «Детская площадка с папашей Бунтманом», «Детская площадка с папашей Гулько», «Детская площадка с папашей Голубевым», «Детская площадка с папашей Дурново», «Детская площадка с папашей Поздняковым» на «Эхо Москвы»). Сегодня отмечается нередкое слияние «Сходства» с предыдущей метапрограммой в аспекте материальных ценностей. Нам рассказывают о том, как те или иные медийные личности решают вопросы материального характера. Порой они дают зрителю практически значимые, конкретные рекомендации, как в программах «Удачный сезон» («Вести *FM*»), «Дорожная карта» («Эхо Москвы»). В описании последней программы читаем: «Программа о том, как знакомые нам проблемы решают в других странах. Собираем положительный опыт, составляем дорожную карту. Каждую неделю с помощью журналистов в разных странах и руководствуясь влиятельным мнением известного гостя»[5]. Через механизмы отождествления эта метапрограмма взаимодействует с аудиторией («Семейный совет» на «Эхо Москвы»).

**Метапрограмма «Процесс»**

Передает динамику события или придает событию динамику. Чаще всего эта метапрограмма реализуется в репортажах с мест события («Авторадио», «Вести *FM*») и в жанрах тревел-журналистики. Активизация последних на радио очевидна. Так, только на «Эхо Москвы» мы встречаем такие программы, как «Тунис – источник вдохновения», «Италия – страна моей мечты», «Среда Дальнего Востока», «Путешествия по Подмосковью», «Путешествие. Инструкция по сборке», «Галопом по Европам».

Конечно, метапрограмма *процесс* актуализируется и во многих других программах. Так, даже в студийной беседе она проявляется в наличии завязки, развития действия, кульминации и развязки, в полемике, которая устанавливается между участниками разговора. В первую очередь, метапрограмма связана с драматургией повествования. В этом смысле она присутствует практически во всех репортажных и расследовательских материалах. Особенностью современной формы проявления метапрограммы можно считать вовлечение в процесс аудитории за счет прямой или косвенной интерактивности («Разыграли» на «Юмор *FM*»), а также подчеркивания важности, значимости, уникальности события, о котором идет речь.

**Метапрограмма «Прошлое»**

Акцентирует важные моменты истории в документальной форме. Популярность этой метапрограммы более чем очевидна. Достаточно сказать, что радио «Ретро *FM*» практически полностью построено на ее работе. В той или иной форме «Прошлое» проявляется во многих передачах – по сути, везде, где обсуждается предыстория события. Однако ярче всего ее действие ощущается в программах исторической тематики. А их в современном эфире немало: «Блокада. Голоса», «Московские старости», «Непрошедшее время», «Окна в Россию. Шедевры семи поколений», «Ордена», «Цена Победы», «Цена Революции», «Я слышу войну» (на «Эхо Москвы»); «Бывшие», «Вопросы истории», «Время и песни», «Наш XX век», «Первопроходцы» (на «Вести *FM*»). Нередко метапрограмма «Прошлое» в таких передачах коррелирует с метапрограммой «Ценности»: прошлое, с одной стороны, подается как самодостаточная ценность в рамках любой культуры, а с другой – в прошлом выделяются элементы, имеющие непосредственное отношение к духовным и материальным ценностям. Примером сочетания этих метапрограмм может служить передача «Вот так» («Эхо Москвы»), в которой ведущий Сергей Бунтман проводит параллели между фактами истории и музыкой, соотносящейся с той или иной эпохой. Ключевой в данном случае, несомненно, остается метапрограмма «Прошлое».

По отношению к этой метапрограмме большое значение имеет факт ее актуализации применительно к современности. Аудитории важно объяснить, каким именно образом события прошлого оказывают влияние на настоящее. Одним из удачных примеров такой актуализации можно считать передачу «Все так» («Эхо Москвы»), в которой ведущие рассуждают о том, какие уроки мы можем почерпнуть, анализируя события прошлого. «Как хочется в любую эпоху, и даже в нашу, казалось бы прагматическую, – рассуждает ведущая Наталия Басовская о легенде, связанной с Королем Артуром, – чтобы были такие образы, чтобы было с кем связать такие прекрасные рассказы»[6]. Еще одним приемом актуализации метапрограммы «Прошлое» становится попытка его переоценки – полной или частичной. Пример такой работы мы находим на той же радиостанции в передаче «Не так», где ведущий совместно с гостями-историками пытается непредвзято, основываясь на фактах, исследовать те моменты истории, которые нуждаются в переосмыслении.

К менее распространенным отнесем метапрограммы «Достижение» и «Власть». Они проявляются довольно часто как вспомогательные и, как правило, подкрепляют метапрограмму «Люди». То же можно сказать и о метапрограмме «Рефлексивность», которая поистине переживает период расцвета. Размышления на совершенно разные темы мы находим во многих авторских рубриках, а эмоциональный комментарий со стороны ведущего обнаруживается даже в новостных блоках эфира.

**Выводы**

Резюмируя наше исследование, заметим, что наиболее востребованные в современном радиоэфире метапрограммы «Люди», «Ценности», «Процесс», «Сходство», «Прошлое», «Достижение», «Власть», «Рефлексивность» в последнее время демонстрируют такие черты, как усиление и расширение форм персонификации информации, интимизация повествования, стремление к вовлечению аудитории в процесс создания медиатекста, интерактивность, повышенная модальность и рецептурность.

Для современного эфира характерно сочетание различных метапрограмм в рамках одной передачи, а также их диффузия, постоянное соскальзывание из одной программы в другую. Это отражает стремление авторов захватить внимание как можно большего количества слушателей, что в ситуации потокового и фонового слушания представляется вполне целесообразным.

**Примечания**

[1] Даты проведения интервью: 30.10.2017 – 28.01.2018г., население 12 лет и старше, размер генеральной совокупности: 10.830 млн. чел., размер выборки: 15168 чел. Данные рассчитаны за период с 06:00 до 24:00, Медиаскоп. Цит. по: Брэнд Медиа. Режим доступа: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html (дата обращения: 05.04.18).

[2] Венедиктов А. Один. Авторская программа // Эхо Москвы. Режим доступа: https://echo.msk.ru/programs/odin/2181360-echo/ (дата обращения: 11.04.18).

[3] Русское радио. Режим доступа: https://rusradio.ru/ (дата обращения: 12.04.18).

[4] РАШ // Европа плюс. Режим доступа: http://vecher.europaplus.ru/themes/1441 (дата обращения: 11.04.18).

[5] Дорожная карта // Эхо Москвы. Режим доступа: https://echo.msk.ru/programs/Road_map/ (дата обращения: 17.04.18).

[6] Все так // Эхо Москвы. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=FyRCB5I1Zn4 (дата обращения: 21.05.18).

## Библиография

*Бойко О. Д.* Полггичне маншулювання. Киев: Академвидав, 2010.

Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах / под ред. *Е. Н. Филимонова*. М.: Букинист, 2002.

*Исаев А. А.* Кибернетическая метафизика: монография. М., Берлин, 2016.

*Клюев Ю. В.* Радиожурналистика: основы профессии. СПб: Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, 2015.

*Ковалевская Т. Ю.* Лингвофилософия нейролингвистического программирования // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. 2006. № 4. С. 72–85.

*Крамер А. Ю.* Радиокультура: заметки к мультидисциплинарному исследованию // Вестн. РХГА. 2016. Т. 17. Вып. 4. С. 299–315.

*Кутуза Н. В.* Воздействующий потенциал метапрограмм НЛП в политических слоганах // European journal of literature and linguistics. 2015. № 2.

*Лебедева Т. В.* Жанры радиожурналистики. М.: Аспект Пресс, 2011.

*Меркулов И. П.* Когнитивные способности. М.: Ин-т философии РАН, 2005.

Радио: музыкальное, новостное, общественное / под ред. *В. А. Сухаревой, А. А. Аллахвердовой*. М: Фонд независимого радиовещания, 2001.

Радиожурналистика / под ред. *А. А. Шереля*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005.

*Смирнов В. В.* Жанры радиожурналистики. М.: Аспект Пресс, 2002.

*Холл М., Боденхамер Б.* 51 метапрограмма НЛП. Прогнозирование поведения, «чтение» мыслей, понимание мотивов. СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007.

*Шестерина А. М.* Авторская телепередача. Воронеж: Фак. журн. ВГУ, 2017.

*Шестерина А. М.* О роли телевидения в развитии культурной среды региона // Социальные аспекты современного вещания в России. Вып. II / сост. *О. В. Тихонова*, под ред. *Л. Ю. Мальковой, О. В. Тихоновой*. М.: Фак. журн. МГУ, 2017. С. 65–81.

*Шестерина А. М.* Возможности современного телевидения и потенциал метапрограмм в аспекте популяризации научного знания // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2016. С. 344–349.

*Шестерина А. М.* ТВ на службе у искусства? // Искусство и СМИ. Сборник научных трудов. Воронеж: Изд-во фак. журн. ВГУ, 2012. С. 74 –86.

## Notes

*Brend Media* [Brand Media]. Available at: http://www.brand-radio.ru/serv__idP_52_idP1_108.html (In Russian)

Dorozhnaya karta [The Road Map]. *Ekho Moskvy*. Available at: https://echo.msk.ru/programs/Road_map/ (In Russian)

RASH [Rash]. *Evropa plyus*. Available at: http://vecher.europaplus.ru/themes/1441 (In Russian)

*Russkoe radio* [Russian Radio] Available at: https://rusradio.ru/ (In Russian)

Venediktov A. Odin. Avtorskaya programma [The One. Author's Program]. *Ekho Moskvy*. Available at: https://echo.msk.ru/programs/odin/2181360-echo/ (In Russian)

Vso tak [It's Like That]. *Ekho Moskvy*. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=FyRCB5I1Zn4 (In Russian)

## References

Allakhverdova A. A., Sukhareva V. A. (eds.) (2001) *Radio: muzykal'noe, novostnoe, obshchestvennoe* [Radio: Music, News, Public]. Moscow: Fond nezavisimogo radioveshchaniya. Publ. (In Russian)

Bojko O. D. (2010) *Polggichne manshuljuvannja* [Political Manipulation]. Kiev: Akademvidav Publ. (In Ukrainian)

Filimonovykh E. N. (2002) *Vremya rabotat' na radio. Sovremennaya radiozhurnalistika v raznykh zhanrakh* [It's Time to Work on the Radio. Modern Radio Journalism in Different Genres]. Moscow: Bukinist Publ. (In Russian)

Holl M., Bodenhamer B. (2007) *51 metaprogramma NLP. Prognozirovanie povedenija, «chtenie» myslej, ponimanie motivov* [51 Metaprogram of NLP. Forecasting Behavior, "Reading" Thoughts, Understanding Motives]. St. Petersburg: Prajm-EVROZNAK Publ. (In Russian)

Isaev A. A. (2016) *Kiberneticheskaja metafizika: monografija* [Cybernetic Metaphysics: monograph]. Moscow, Berlin. (In Russian)

Klyuev Yu. V. (2015) *Radiozhurnalistika: osnovy professii* [Radio Journalism: the Basics of the Profession]. St. Petersburg: St. Univ. Publ. (In Russian)

Kovalevskaja T. Ju.(2006) Lingvofilosofija nejrolingvisticheskogo programmirovanija [Linguistic Philosophy of Neuro-Linguistic Programming]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo* 4: 72–85. (In Russian)

Kramer A. Yu. (2016) Radiokul'tura: zametki k mul'tidistsiplinarnomu issledovaniyu [Radio Culture: Notes for a Multidisciplinary Study]. *Vestnik RKhGA* 17 (4): 299–315. (In Russian)

Kutuza N. V. (2015) Vozdejstvujushchij potencial metaprogramm NLP v politicheskih sloganah [The Influencing Potential of NLP Metaprograms in Political Slogans]. *European journal of literature and linguistics* 2 (In Russian)

Lebedeva T. V. (2011) *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of Radio Journalism]. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)

Merkulov I. P. (2005) *Kognitivnye sposobnosti* [Cognitive Abilities]. Moscow: In-t filosofii RAN. (In Russian)

Smirnov V. V. (2002) *Zhanry radiozhurnalistiki* [Genres of Radio Journalism]. Moscow.: Aspekt Press. (In Russian)

Sherel' A. A. (ed.) (2000) *Radiozhurnalistika* [Radio Journalism]. Moscow.: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Shesterina A. M. (2017) *Avtorskaya teleperedacha* [Author's Television Program]. Voronezh: Voronezh St. Univ. Publ. (In Russian)

Shesterina A. M. (2017) O roli televidenija v razvitii kul'turnoj sredy regiona [The Role of Television in the Development of the Cultural Environment of the Region]. In L. Ju. Mal'kova, O. V. Tihonova (eds.). *Social'nye aspekty sovremennogo veshhanija v Rossii. No II* [Social Aspects of Modern Russian Broadcasting]. Moscow: Moscow. St. Univ. Publ. Pp. 65–81. (In Russian)

Shesterina A. M. (2012) TV na sluzhbe u iskusstva? [TV in the Service of Art?]. In T. A. Diakova (ed.). *Iskusstvo i SMI. Sbornik nauchnykh trudov* [Art and Mass Media. A collection of scientific articles]. Voronezh: Voronezh St. Univ. Publ. Pp. 74–86. (In Russian)

Shesterina A. M. (2016) Vozmozhnosti sovremennogo televideniya i potentsial metaprogramm v aspekte populyarizatsii nauchnogo znaniya [The Possibilities of Modern Television and the Potential of Metaprograms in the Aspect of Popularizing Scientific Knowledge]. In R. Bakanov (ed.). *Informatsionnoe pole sovremennoy Rossii: praktiki i effekty* [The Information Field of Modern Russia: Practices and Effects]. Kazan': Kazan' St. Univ. Publ. Pp. 344–349. (In Russian)

Поступила в редакцию
24.04.2018

**Долгова Юлия Игоревна,** кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: YIDolgova@gmail.com

# ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД: ФАКТОРЫ, ПАРАМЕТРЫ, ПРОБЛЕМЫ

*В статье выделяются факторы и параметры трансформации общественно-политического телевизионного вещания в постсоветской России с целью последующего анализа изменений, произошедших в данном тематическом сегменте, и его современного состояния. Общественно-политическое телевещание является знаковой частью современного телевизионного эфира, однако редко становится предметом изучения в научной среде, а в публицистике подвергаются критике его особенности, унаследованные с советских времен. На взгляд автора, критика – явление деструктивное. Изучение трансформаций, произошедших с общественно-политическим телевещанием, позволило бы выработать сбалансированный подход к анализу явления, определить направления его исследования и совершенствования. В статье рассматриваются наиболее известные модели коммуникации, нормативные теории и компаративистские исследования (Лассуэлл; Сиберт, Шрамм, Питерсон; МакКуэйл; Халин & Манчини; Норрис). В результате выделяются параметры, характеризующие структуру и содержание общественно-политического вещания, способы влияния на него, возможные медиаэффекты, профессиональные качества журналистов. Аудитория должна, по мнению автора, рассматриваться как активный субъект, не только воспринимающий информацию, но и влияющий на контент.*

***Ключевые слова:*** *общественно-политическое телевещание, телевизионная пропаганда, российское телевидение, повестка дня, медиасистема.*

**Yulia I. Dolgova**, Associate Professor at the Chair of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: YIDolgova@gmail.com

# TRANSFORMATION OF SOCIO-POLITICAL TELEVISION BROADCASTING IN THE POST-SOVIET PERIOD: FACTORS, PARAMETERS AND CHALLENGES

*This paper identifies the factors and parameters of the transformation of socio-political television broadcasting in post-Soviet Russia in order to subsequently analyze the changes that have taken place in this thematic segment, as well as its modern condition. Socio-political television broadcasting is a flagship part of modern television airtime. However, it rarely becomes a subject matter for scholars while the press often criticizes it for the drawbacks inherited from the*

*Soviet times. The author believes that regular criticism is a destructive phenomenon. An analysis of factors and parameters of the transformations that have affected socio-political television broadcasting would make it possible to set out a balanced approach and find the ways to examine and improve it. To analyze the possible parameters of the transformation, the author uses in the paper the most well-known communication models, normative theories and comparative studies (Lasswell; Siebert, Schramm, Petersen; McQuail; Hallin & Mancini; Norris). As a result, several groups of parameters are distinguished which are supposed to describe the institutional structure wherein socio-political broadcasting occurs; journalists' professional qualities; the content of this thematic segment; forces and ways of influence on it; feasible media effects. In the author's opinion, the audience should be viewed as an active subject, which not only perceives information but also influences content.*

***Key words:*** *socio-political television broadcasting, television propaganda, Russian television, agenda, media system.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.6282*

**Проблемы анализа общественно-политического телевещания**

Общественно-политическое телевещание остается знаковым тематическим сегментом в современной медиасистеме. Даже прайм-тайм российских универсальных телеканалов программируется с учетом значительного количества общественно-политических проектов в отличие от западного коммерческого телевидения (например, Esser at al, 2012). Новости и политические передачи показывают рейтинг, свидетельствующий об их востребованности у телевизионного зрителя. Вместе с тем данный тематический сегмент остается малоизученным.

Исследований, посвященных современному общественно-политическому вещанию, немного: очевидно, авторы не берутся за столь идеологически детерминированную сферу, опасаясь обвинений в необъективности. Достаточно традиционной остается критическая парадигма: авторы по большей части обращают внимание на маркеры пережитков советской системы на современном телеэкране. Данное направление особенно актуально в публицистике, но встречается и в научной литературе (например, Карпова, 2010). Другим направлением исследований оказывается анализ последствий коммерциализации общественно-политического сегмента: упрощение предоставляемого контента, подача его в максимально сенсационной форме, подмена объективного информирования мелодраматической популяризацией общественно-политических событий (например, Новикова, 2008; Ильченко, 2016). Эта тенденция

является закономерным продолжением западной критики, которая негативно оценивает влияние коммерческого вещания на его общественно-политический сегмент (например, Dahlgren, 1995; Franklin, 2004). Данный проблемный аспект был невозможен в условиях общественно-политического телевещания советского периода и стал приметой телевидения постсоветского времени. Исследовательских работ, посвященных структуре и функционированию изучаемого сегмента, совсем мало (например, Бережная, 2010; Гуленко, 2016). Данное направление имеет высокую практическую и теоретическую значимость, так как позволяет выработать новые коммуникационные решения в политической сфере, что небезразлично для улучшения качества демократии в России.

По мнению автора, сформировать сбалансированное отношение к общественно-политическому сегменту советского телевидения помог бы анализ произошедших с ним перемен.

Сложность подбора параметров для анализа изменений, да и текущей практики телевизионной политической журналистики связана с отсутствием среди исследователей концептуального согласия. Как отмечает Норрис, спорной темой стала роль средств массовой информации в развитии демократии, нормативные стандарты, которым они должны соответствовать, а также возможность реализации этих стандартов на практике. Должны ли СМИ устанавливать повестку дня, привлекая внимание публики к насущным проблемам, служить источником мягких новостей для максимально широкой аудитории; обязан ли журналист сохранять нейтралитет или может занимать критическую позицию по отношению к власти в условиях внутриполитического или внешнеполитического кризиса в стране? (Norris, 2011). Эти и другие вопросы требуют не только глубокого анализа, но и постоянного обсуждения в профессиональной среде.

Проблематичность применения нормативных концепций для телевидения обусловлена суггестивными его возможностями, от использования которых мало кто может отказаться по доброй воле. Именно телевизионный контент усваивается наиболее легко, некритично и эмоционально (Борецкий, 2003).

Таким образом, объектом исследования данной статьи является общественно-политическое телевещание, предметом – факторы и параметры его трансформации в постсоветский период. Целью данной работы было не описание произошедших с общественно-

политическим вещанием перемен, но, скорее, выработка параметров для изучения этих изменений и современного состояния сегмента.

Исследователи оценивают современное общественно-политическое телевещание преимущественно по такому параметру, как зависимость/независимость его от государства. Согласно гипотезе, анализ как самого сегмента, так и произошедших с ним перемен не может ограничиваться исследованием лишь данного проблемного вектора. Отдельной самодостаточной работой должно стать выделение необходимого количества параметров, отражающих своеобразие контента, а также провоцируемые им медиаэффекты, соотнесенные с современной теорией коммуникации. Выбранные критерии могут быть использованы как ключевые точки для дальнейшего исследования общественно-политического телевещания, его роли в современном демократическом процессе, для поиска путей максимально эффективной реализации стоящих перед ним задач.

Под общественно-политическим телевещанием в данной работе мы понимаем зависимый от политической конъюнктуры сегмент вещания, «в который входят передачи, освещающие деятельность различных субъектов политической системы: исполнительной и законодательной ветвей власти, партийных и общественных организаций – и обеспечивающие коммуникацию между ними» (Долгова, 2016). Таким образом, в эмпирическую базу исследования входят телевизионные передачи общественно-политической направленности и новости. В ходе пилотного исследования будут проанализированы программные верстки главных телеканалов в 1971 и в 2018 гг., а также информационные выпуски прайм-тайма телеканалов большой тройки за три недели до президентских выборов 2018 г.

Для реализации поставленной задачи будут рассмотрены наиболее популярные теории коммуникации и исследования медиакомпаративистики (Lasswell,1948; Лассуэлл,1948; Сиберт, Шрамм, Питерсон, 1998; McQuail, 2010; Hallin & Mancini, 2004; Norris, 2011) – с целью выявления параметров для анализа трансформаций и актуального функционирования общественно-политического телевизионного вещания. Данные характеристики затем будут уточнены исходя из особенностей поля исследования и систематизированы в виде таблицы. Выделенный спектр параме-

тров, на наш взгляд, должен расширить представления о проблемах, стоящих перед общественно-политическим телевещанием, что продемонстрирует и пробный анализ выборочных критериев.

### Общественно-политическое телевещание: факторы трансформации

Становление общественно-политического телевещания, как и многих других тематических сегментов современного телевидения, произошло на этапе зарождения телевизионной журналистики, совпавшем с советским периодом истории нашей страны. Общественно-политическое телевещание тогда являлось важнейшим и выполняло пропагандистские задачи управления массовым сознанием, обеспечивая стабильное функционирование существующей политической системы.

Изменения, произошедшие в структуре, стилистике и функциональной специфике данного сегмента, как и во всей медиасистеме, были связаны с трансформационными процессами в политике и экономике страны (Вартанова, 2014; Засурский, 2004), завершившимися ликвидацией существовавшего строя и, как следствие, системы государственного телевидения. Сложность анализа политической коммуникации в новых условиях была связана с категорическим отказом от всех реалий советского периода и слепым копированием западной модели. Вместе с позитивными нормами новой модели были скопированы и многие ее негативные черты, в частности зависимость политической коммуникации от бизнеса (Борецкий, 2003; Засурский, 1999). Достаточно быстро стало понятно, что полностью отказаться от некоторых элементов советского телевидения, например управленческой, пропагандистской функции, невозможно, а часто и нецелесообразно.

Политические перемены в России совпали по времени с общемировыми трансформационными процессами в медиаотрасли и с информационной революцией, что значительно усложнило формирование сбалансированного отношения к общественно-политическому вещанию. Как в России, так и за рубежом авторы, анализирующие данный тематический сегмент, руководствуются нормами, сформулированными в совершенно иных условиях, – например, теория «четвертой власти» (Kuhn and Nielsen (eds.), 2013). Обращение телевидения к самому широкому сегменту зрителей подразумевает высокую степень ответственности, позволяя

решать те задачи, которые не стояли во времена Эдмунда Берка и Томаса Маколея, – в частности, проблему аполитичности современного зрителя-избирателя.

Другим важным вызовом современного телевещания становится развитие новых технологий и борьба телевидения за право оставаться самым оперативным и популярным носителем информации для всех категорий аудитории. В данной ситуации Интернет оказывается не только конкурентом, но и помощником современного общественно-политического вещания – в реализации задачи демократизации политического процесса, предоставляя зрителям возможность обратной связи (Коханов, 2015). Кроме того, если расширять понимание телевидения до любого видеоконтента, в том числе распространяемого через Сеть (Коломиец, 2014: 73), то содержание общественно-политического телевещания окажется гораздо менее контролируемым со стороны бизнеса и власти.

Таким образом, трансформационные процессы в общественно-политическом телевещании были обусловлены как внутренними, так и внешними факторами. С одной стороны, перемены в данном сегменте были вызваны политическими и экономическими событиями, произошедшими на постсоветском пространстве. С другой стороны, они были обусловлены влиянием на современную политическую коммуникацию продолжающейся информационной революции и процесса глобализации.

**Выделение потенциальных параметров анализа**

Стремясь классифицировать отношения к темам власти и неравенства в существующих медиатеориях, Д. МакКуэйл использовал линейную модель коммуникации Г. Лассуэлла (1948), выделив для описания «модели доминирования» и «плюралистической модели» следующие параметры: социальные силы, медиа, продукция, содержание и мировоззрение, аудитория и эффекты (McQuail, 2010: 77). По мнению Е. Дьяковой, «имеющийся комплекс медиаисследований описывается с помощью выделенных Д. МакКуэйлом моделей достаточно точно», если не считать Торонтскую школу, которая данной темы избегала (Дьякова, 2002: 39).

Стоит отметить, что Д. МакКуэйл систематизировал исследования по политической коммуникации, а не саму медиареальность. Однако именно приложение данной схемы к трансформацион-

ным процессам в отечественном общественно-политическом телевещании свидетельствует о ее применимости и к анализу медиадействительности[1]. Используя формулу Лассуэлла, автор статьи исследовал изменения в технологиях пропаганды с 1985 по 2002 гг. Выделенные выше параметры были дополнены такими, как роль государства, контроль над политической ТВ-информацией, цель пропаганды, политика против инакомыслящих (Долгова, 2002). Анализ демонстрировал присутствие политической пропаганды в течение всего изучаемого периода, а также ее эволюцию от более авторитарной модели к более демократичной. Данный анализ не может быть применим в нашей работе, так как сконцентрирован лишь на пропагандистских передачах общественно-политического вещания; кроме того, выделенные характеристики ограничивали проблемы общественно-политического сегмента вопросом поиска независимости от власти.

Существование в исторической ретроспективе нашей страны совершенно иной медиасистемы позволяет использовать для выявления параметров анализа характеристики, используемые в компаративистских исследованиях. Обратимся к представителям трех поколений медиакомпаративистики.

В классификации медиасистем, ставшей основной в XX в. (Сиберт, Шрамм, Питерсон, 2004), советская теория прессы, а с ней и советское общественно-политическое телевизионное вещание, занимало свое, хоть и не очень привлекательное, но законное место. Советскую систему СМИ авторы «четырех теорий» сравнивали с авторитарной концепцией, одновременно отмечая значительную «ответственность» советских журналистов. В качестве основного параметра анализа были выделены взаимоотношения государства и массовых СМИ.

После падения Берлинской стены, распада социалистического лагеря и изменения общественного устройства СССР потребовался пересмотр как самой концепции, так и места в ней медиасистемы, принадлежащей новому постсоветскому государству. Решить эту задачу в рамках уже несуществующей парадигмы кажется проблематичным. Кроме того, вследствие сильной идеологизированности теории американских авторов и отсутствия четко обозначенного спектра критериев для сравнения, современную российскую медиасистему и общественно-политическое вещание России можно отнести к любой из оставшихся моделей – в зависимости от взглядов исследователя.

По мнению Халина и Манчини, авторы четырех концепций прессы, по сути, не анализировали ни связь между медиасистемой и социальной системой, ни ее функционирование, но были ориентированы на теорию, которая их легитимизирует (Hallin, Mancini, 2004: 9). Их собственная трехчастная концепция считается непригодной (хотя и используется) для анализа постсоветского пространства, так как ориентирована на классификацию сложившихся демократий. Авторы выделяют четыре параметра сравнения: степень вмешательства государства в систему СМИ, степень политического параллелизма, историческую специфику развития медиарынка, степень журналистского профессионализма. Изучение поляризованной плюралистической медиасистемы позволяет найти в ней много общих черт с современной медиасистемой России (Hallin, Mancini, 2004).

Проблемой большинства сравнительных работ, считает С. Бодрунова, продолжает оставаться сильная ориентация на либеральной идеал. Например, в упомянутом выше исследовании Халина и Манчини «демократический вектор определен единственной социальной функцией медиасистемы – функцией «сторожевого пса демократии»» (2015: 50). Кроме того, как было отмечено выше, либеральный идеал мало достижим для телевидения, с его высоким манипулятивным потенциалом.

Критики концепции Халина и Манчини предлагают выделять больше критериев и формулировать их более конкретно. В качестве таковых Норрис предлагает следующие параметры: коммуникационная структура; структура медиасобственности[2]; нормативно-правовая база, а также практика ее реализации; профессиональные навыки журналиста (доступность тренингов, профессиональная этика); содержание новостных медиа (разнообразие взглядов и интересов в обществе, реализация широкого спектра функций); медиаэффекты (теория повестки дня, теория фреймов, теория прайминга и пр.) (Norris, 2011). Стоит обратить внимание, что предложенные параметры фактически являются характеристиками классической коммуникационной модели Лассуэлла: кто (профессиональные навыки журналиста), что (содержание новостных медиа), с каким эффектом (медиаэффекты). Также появляется такой параметр, как институциональная структура (в каких условиях), в которой ведется общественно-политическое вещание. К этой категории может быть отнесено описание нормативно-правовой базы, а также практики ее реализации; коммуникативной структуры, т. е. доступности для аудитории различных источников информации.

Такую категорию, как аудитория, Норрис опускает. Тем не менее, на наш взгляд, телевизионная аудитория, безусловно, должна стать одной из основных категорией исследования. Причем важно как отношение к аудитории субъектов, влияющих на производство телепередач или производящих их, так и отношение аудитории к контенту общественно-политического телевизионного вещания. Включение аудитории как активного субъекта превращает предложенную концепцию из линейной в нелинейную, т. е. в коммуникационную цепочку с обратной связью. Именно данный параметр позволит судить о достижении целей коммуникатора.

Норрис опускает в перечне описание субъектов, желающих повлиять на содержание общественно-политического блока. Однако данная категория – назовем ее *шумы*, или *помехи*, в коммуникационной цепи – весьма важна для российской политической журналистики в исторической ретроспективе и существующей медиапрактике.

Авторы используют различные наименования для элементов, характеризующих современные медиасистемы. Одновременно при достаточно полном и разнообразном спектре выделяемых параметров указанные категории соотносятся с элементами коммуникационной цепочки, которая в данной работе будет представлена в следующем виде (см. табл. 1).

*Таблица 1*

**Схема коммуникационной цепочки**

| В каких условиях | Кто | Что | Помехи | Кому | С каким эффектом |
|---|---|---|---|---|---|

## Матрица исследования общественно-политического телевещания: уточнение параметров

Выстраивая собственную матрицу исследования, мы будем основываться на выделенных ранее параметрах. Однако отмеченные характеристики были использованы авторами для анализа медиасистем, тогда как в данной работе речь идет лишь о тематическом сегменте телевизионного вещания. Именно поэтому так важно уделить внимание содержанию общественно-политического вещания, которое аккумулирует влияние других характеристик.

Разноаспектная характеристика каждого из параметров позволит более точно описать произошедшую с общественно-политическим телевещанием трансформацию и его современное состояние. Предложенные в таблице 2 параметры призваны описать сегмент как коммуникационную деятельность по предложенной выше схеме.

*Таблица 2*

**Параметры анализа**

| **Элементы коммуникационной цепи** | **Параметры анализа** | |
|---|---|---|
| **В каких условиях функционирует общественно-политическое телевещание?** | коммуникативная структура | доступность телеканалов |
| | | доступность источников информации, предлагающих альтернативную точку зрения |
| | | доступность других источников информации |
| | нормативно-правовая база | законодательные нормы |
| | | практика их реализации |
| | структура собственности на телеканалы | |
| | историческая специфика развития медиарынка | |
| | степень политического параллелизма | |
| **Кто?** | профессионализм журналистов/ редакторов | принятые этические нормы |
| | | существующая практика соблюдения этических норм |
| | | стремление журналистов следовать общепринятым этическим нормам |
| | | понимание собственных задач |
| | | отношение к самоцензуре, скрытой цензуре. |

*Окончание таблицы 2*

| | | |
|---|---|---|
| **Шумы (кто пытается влиять на контент?)** | действующая власть | способы влияния |
| | | объекты влияния |
| | политическая элита | способы влияния |
| | | объекты влияния |
| | спонсоры | способы влияния |
| | | объекты влияния |
| | группы влияния | способы влияния |
| | | объекты влияния |
| **Что?** | содержание передач общественно-политического блока | функции |
| | | спектр представленных мнений |
| | | жанрово-форматная структура |
| | | виды тематик |
| | | стиль подачи |
| | | удельный вес сегмента |
| | | место в программной сетке |
| **С каким эффектом?** | медиаэффекты | формирование повестки дня |
| | | прайминг |
| | | возможность создания дискуссионной площадки |
| **Кому?** | активная аудитория | вовлечение аудитории в дискуссию в программах |
| | | влияние аудитории на дискуссию в программах |
| | | значение рейтингов программ для размещения их в программной сетке |
| | | способы потребления телевизионного контента аудиторией (линейный/нелинейный) |
| | | интерес аудитории |

Первая группа характеристик описывает условия, в которых функционирует общественно-политическое телевещание. Сюда мы можем отнести такие параметры, как коммуникативная структура, нормативно-правовая база, форма собственности. К данному разделу можно добавить также характеристику исторической специфики развития медиарынка, степени политического параллелизма.

Рассуждая о профессионализме журналистов, Норрис отмечает такие факторы, как профессиональная этика и доступность программ повышения квалификации (Norris, 2011). На наш взгляд, более продуктивно для современной российской медиапрактики дробление данного параметра на следующие аспекты: наличие профессиональных стандартов, этических норм, зафиксированных в документах, практика реализации профессиональных стандартов, принятие профессиональных стандартов журналистским сообществом. Необходимо исследование понимания журналистами функциональной специфики своей работы, а также их отношения к скрытой цензуре и самоцензуре.

Зависимость общественно-политического телевещания от различных политических сил и бизнес-элиты представлена категорией «субъекты, влияющие на контент»: действующая власть, политическая элита в виде экспертного сообщества и оппозиционных сил, спонсоры или представители бизнеса, а также группы влияния (церковь, НКО и др.). В каждом случае необходимо исследование объектов и способов влияния.

Многоаспектной представляется такая категория, как содержание общественно-политического блока. Здесь важно проанализировать функции общественно-политического телевещания (как понимают их главные редакторы и журналисты), спектр представленных в телевизионных материалах мнений, стиль подачи информации, удельный вес данного тематического сегмента в общем объеме вещания, место в программной сетке, жанрово-форматную структуру сегмента. Содержание общественного политического телевещания, цели, которые ставят перед собой авторы, качество текста в широком понимании этого слова — та группа параметров, которая может влиять на эффективность медиадеятельности по демократизации современного российского общества.

В категории *медиаэффекты* исследуются как прогнозируемые, так и нежелательные последствия восприятия сообщений общественно-политического блока телевизионной аудиторией: прайминг, создание необходимой повестки дня и др.

Как отдельная категория исследования представлена аудитория, по отношению к которой должны анализироваться такие аспекты, как интерес к сегменту, возможность влияния аудитории на общественно-политическое вещание (значимость рейтингов, использование интерактивных технологий в телевизионных передачах).

**Пилотный анализ параметров**

Рассмотрение общественно-политического вещания по выделенным параметрам не является целью данной статьи, так как изучение каждой категории может стать самостоятельным исследованием. Одновременно можно говорить о том, что даже выборочный анализ некоторых характеристик будет свидетельствовать о значительном спектре внутренних проблем, которые по разным причинам умалчиваются современным научным сообществом.

Формально общественно-политическое вещание сегодня функционирует в совершенно иных условиях, чем это было в советский период. Современная медиасистема России предполагает многообразие форм собственности на СМИ, в том числе и на телевидение (в России существуют как государственные, так и частные и общественные телеканалы), телевизионные журналисты руководствуются новой нормативно-правовой базой.

Вместе с тем в общественно-политическом контенте, достаточно похожем на разных каналах, эксперты находят приметы преемственности политической тележурналистики советского периода, в частности явления скрытой цензуры и умалчивания (например, Ершов, 2012: 13). Данные характеристики входят в проблемное поле зависимости/независимости телевидения от государства и правящей элиты, а параметры для его анализа можно найти в разных частях предложенной таблицы 2.

Обратимся к такому критерию, как спектр представленных мнений. Анализ информационных программ прайм-тайма каналов большой тройки («Первый канал», «Россия 1», НТВ) в течение трех недель, которые предшествовали президентским выборам 2018 г., показал, что парламентская оппозиция не упоминалась в этих программах (за исключением предвыборного блока), непарламентская оппозиция упоминалась единожды – в день годовщины смерти российского политического деятеля, оппозиционера Б. Немцова. Оппозиционные акции центральными телеканалами также часто не освещаются (как, например, это было с антикоррупционным митингом 26 марта 2017 г.).

Однако можно утверждать, что специфика открытого информационного общества не позволяет оставить невыгодные – для власти, бизнеса – темы за кадром. Например, умалчивание телеканалами упомянутого антикоррупционного митинга стало самостоятельным информационным поводом и активно обсуждалось в СМИ, и уже на следующий день пресс-секретарю президента Дмитрию Пескову пришлось комментировать ситуацию.

Современный телевизионный эфир можно назвать чрезвычайно политизированным. Является ли это традицией, унаследованной от советского периода, поможет выяснить анализ программных верстов телеканалов ЦТ в предпрайм и прайм-тайм в 1971 г. и телеканалов большой тройки весной 2018 г.

*Таблица 3*

**Верстка общественно-политических телепередач в предпрайм и прайм-тайм весной 2018 г. (3 апреля, вторник)**

<table>
<tr><th>Время</th><th>Первый канал</th><th>«Россия 1»</th><th>НТВ</th></tr>
<tr><td>16.30</td><td rowspan="3"></td><td rowspan="3"></td><td rowspan="5">«Место встречи»</td></tr>
<tr><td>16.40</td></tr>
<tr><td>16.50</td></tr>
<tr><td>17.00</td><td rowspan="5">«Время покажет»</td><td rowspan="3">«Вести»</td></tr>
<tr><td>17.10</td></tr>
<tr><td>17.20</td><td rowspan="4">«ДНК»</td></tr>
<tr><td>17.30</td></tr>
<tr><td>17.40</td><td>«Вести. Местное время»</td></tr>
<tr><td>17.50</td></tr>
<tr><td>18.00</td><td rowspan="3">«Вечерние новости»</td><td rowspan="7">«Андрей Малахов. Прямой эфир».</td></tr>
<tr><td>18.10</td><td rowspan="3">Х/ф «Морские дьяволы. Северные рубежи»</td></tr>
<tr><td>18.20</td><td rowspan="3">«Время покажет»</td></tr>
<tr><td>18.30</td></tr>
<tr><td>18.40</td></tr>
<tr><td>18.50</td><td rowspan="5">«На самом деле»</td><td rowspan="5">«60 минут»</td></tr>
<tr><td>19.00</td><td rowspan="3">«Сегодня»</td></tr>
<tr><td>19.10</td></tr>
<tr><td>19.20</td></tr>
<tr><td>19.30</td></tr>
<tr><td>19.40</td><td rowspan="7">«Пусть говорят»</td><td rowspan="6">«Вести в 20.00»</td><td rowspan="6">Х/ф «Морские дьяволы. Северные рубежи»</td></tr>
<tr><td>19.50</td></tr>
<tr><td>20.00</td></tr>
<tr><td>20.10</td></tr>
<tr><td>20.20</td></tr>
<tr><td>20.30</td></tr>
<tr><td>20.40</td><td rowspan="2">«Вести. Местное время»</td></tr>
<tr><td>20.50</td></tr>
<tr><td>21.00</td><td>«Время» (до 21.35)</td><td>Т/С «Одна жизнь на двоих»</td><td>Т/С «Живой»</td></tr>
</table>

*Таблица 4*

**Верстка телевизионных программ в предпрайм и прайм-тайм осенью 1971 г.[3] (2 ноября, вторник)**

| Время | Первая программа | Вторая программа | Четвертая программа |
|---|---|---|---|
| 17.00 | «Новости» | | |
| 17.10 | «Костер». Пионерский телесборник | | |
| 18.35 | «Плакаты художника Д. Моора». Телеочерки | | |
| 18.10 | Для детей «Козленок, который считал до десяти». Мультфильм | «На московской орбите» | |
| 18.30 | «Ленинский университет миллионов». «О социалистической демократии». Ответы на вопросы телезрителей | Для школьников/ «Творчество юных». | |
| 19.00 | Концерт Государственного хореографического ансамбля «Березка» | Фильм детям. «Тореадоры из Васюков». | «Творческий вечер Московского театра сатиры». |
| 19.45 | | 19.45. Вечер научного кино. | |
| 19.50 | «Секретарь парткома», х/ф | | |
| 20.35 | | Концерт. Передача из Свердловска. | |
| 21.00 | «Время» | 21.05 «Рабочий». Тележурнал. | |
| 21.30 | «Московские поэты у рабочих ЗИЛа». | 21.35 «Господин Никто», х/ ф. | 21.45 А. Хачатурян.– Три концерта – рапсодии для скрипки, виолончели и фортепьяно с оркестром. |

Таблицы наглядно демонстрируют, что политизированность эфира даже несколько возросла по сравнению с 1971 г., а общественно-политическое вещание стало значительно разнообразнее. Обращаясь к количественным показателям, можно отметить, что в случайный день 1971 г. общественно-политическое вещание на первой кнопке занимало 23% эфирного времени предпрайма и прайм-

тайма, тогда как весной 2018 г. на «Первом канале» – 48%[4], 60% – на телеканале «Россия 1», хотя на телеканале НТВ – лишь 13%.

Позитивная или негативная коннотация параметров анализа не может быть определена однозначно. Например, программирование в прайм-тайм новостных выпусков можно рассматривать как доступность политической информации для граждан, с одной стороны, и как навязывание определенной повестки дня (не связанной с частными интересами граждан) – с другой.

Предположим, что меньший удельный вес общественно-политического телевещания в предпрайм и прайм-тайм на советском телевидении связан с общей идеологизированностью всего эфира, даже передач для школьников и молодежи. Советским телезрителям не было доступно современное многообразие источников информации. Сегодня можно потреблять видеоинформацию общественно-политической тематики не только посредством телевизора, но и в Сети, которая пока считается менее зависимой от власти и бизнеса. Меняются и качественные характеристики телезрителей: происходит старение аудитории (Полуэхтова, 2015), молодежь уходит в Интернет, и не всегда в поисках общественно-политической информации. Проблема политической информированности молодых и аполитичных категорий граждан остается значительной проблемой современных политических систем (например, Esser at al, 2012).

Исследование жанрово-форматной структуры общественно-политического вещания свидетельствует об обращении телевизионных авторов к диалоговым форматам с использованием интерактивных элементов, предполагающих участие аудитории в дискуссии (или иллюзии дискуссии). Значительная доля программ формата ток-шоу в современном общественно-политическом блоке свидетельствует об актуальности тенденции к развлекательности (см. табл. 3). Передачи в стиле *политейнмент* преподносят серьезную информацию более доступным для зрителей способом, однако такой стиль подачи контента ставит вопрос о качестве политического информирования граждан и о доверии зрителей к таким передачам (например, Prior, 2003; Higgins et al., 2012).

На наш взгляд, одним из перспективных направлений анализа общественно-политического вещания является использование интерактивных технологий, создающих иллюзию публичной сферы в различных телепрограммах (например, Higgins, 2008), а также

выявление способов максимально эффективного включения телезрителя в коммуникационную цепочку.

Исследование даже выборочных показателей трансформации демонстрирует, с одной стороны, стабильно важное место общественно-политического телевещания в системе политической коммуникации России, с другой – подвижность состояния изучаемого явления, эволюция которого ставит перед ее участниками новые задачи.

**Выводы и дискуссия**

Данная статья направлена на выявление факторов, параметров и проблем трансформации общественно-политического вещания. Как и ожидалось, проблематика, связанная с современным состоянием сегмента, несколько шире дилеммы зависимость/независимость от правящей элиты или даже бизнеса. Для того чтобы описать произошедшие изменения, целесообразно выделить широкий спектр параметров для сравнения. Помимо традиционно выделяемых характеристик, соотносящих существующую практику политической тележурналистики в России с нормативными концепциями СМИ (коммуникативная структура, нормативно-правовая база, структура собственности, профессионализм журналистов), необходима также группа параметров, касающихся содержания и провоцируемых телевидением эффектов (функциональная специфика, удельный вес данного тематического блока в общем объеме эфирной продукции, место общественно-политических передач в программной сетке, стиль подачи информации). Кроме того, принципиальным оказывается исследование роли аудитории – как субъекта, не только воспринимающего политическую информацию с телевизионного экрана, но и стремящегося влиять на нее.

Исследование показало, что сложность изучения трансформационных процессов и современного состояния общественно-политического вещания в России связана с многофакторностью произошедших изменений, которые были обусловлены переменами в устройстве страны, а также эволюционным движением, происходящим в производстве, потреблении и изучении масс-медиа в мировом масштабе и обусловленным цифровой революцией и глобализацией.

Произошедшие изменения сделали актуальными для российского общественно-политического вещания такие проблемы, как

качество подачи информации посредством легких форматов, незаинтересованность зрителей в политической информации, традиционная для России зависимость общественно-политического вещания от правящей элиты. Одновременно в данной работе были намечены лишь реперные точки, скрупулезное изучение которых в дальнейшем помогло бы не только обозначить существующие в тематическом сегменте проблемы, но и наметить пути их решения.

## Примечания

[1] Д. МакКуэйл справедливо отмечал условность данной схемы и большую вероятность встретить именно смешанные модели.

[2] Параметр *структура медиасобственности* характеризует, с одной стороны, институциональную структуру, с другой – субъектов, инициирующих создание общественно-политических передач и влияющих на них. В данной работе эта характеристика относится к первой категории. В качестве субъектов коммуникационной цепи выделены только журналисты и редакторы как главные акторы общественно-политического вещания.

[3] Телевизионная программа // Известия. 2 ноября. 1971.

[4] Безусловно, нельзя считать Первый канал или «Россию 1» правопреемниками первой программы телевидения СССР. Но в данном случае сравнивается количество общественно-политического вещания на телеканалах, которые считаются главными.

## Библиография

*Бодрунова С. С.* Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: дис. ... д-ра полит. наук. СПб, 2015.

*Борецкий Р. А.* Телевидение в социально-историческом контексте // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2003. № 3. С. 9–19.

*Бережная М. А.* Алгоритмы освещения социальных проблем на телеэкране // Извест. Уральск. гос. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 62. №. 1–2. 2009. С. 167–172.

*Вартанова Е. Л.* Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М.: МедиаМир, 2014.

*Гуленко П. В.* Общественно-политическое ток-шоу на телеканале НТВ: проектирование формата // МедиаАльманах. 2016. № 4. С. 56–65.

*Долгова Ю. И.* Модели политической пропаганды на ТВ: выбор России // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2002. № 1. С. 104–113.

*Долгова Ю. И.* Специфика и сущность понятия «общественно-политическое телевещание» // Медиаскоп. 2016. № 3.

*Ершов Ю. М.* Телевидение регионов в поиске моделей развития. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012.

*Дьякова Е. Г.* Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург: УрО РАН, 2002.

*Засурский И. И.* Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999.

*Засурский Я. Н.* Искушение свободой: Российская журналистика: 1990–2004. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004.

*Новикова А. А.* Современное телевизионное зрелище: истоки, формы и методы воздействия. СПб: Алетейя, 2008.

*Ильченко С. Н.* Политические игры современного шоу-бизнеса в телеэфире: дискурс манипуляции // Гуманитарный вектор. 2016. Т. 11. №.5. С. 110–115.

*Карпова А. Ю.* Кризис системы общественно-политического вещания в России: маркеры и эффекты (на примере Томского телевидения) // Вестн. Томск. гос. ун-та. 2010. № 336. С. 35–37.

*Коломиец В. П.* Трансформация отечественного телевидения // Российский рекламный ежегодник 2013. М.: НИПКЦ Восход-А, 2014.

*Коханов Е. Ф.* Политические ток-шоу: диалогичность и интерактивность // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4. № 1. С. 50–59.

*Полуэхтова И. А.* Как и что мы смотрели в 2014 г. // Искусство кино. 2015. № 4. С. 28–37.

*Сиберт Ф. С., Шрамм У., Питерсон Т.* Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998.

Dahlgren, P. (1995) *Television and the public sphere*. London: Sage.

Esser F. et al (2012) Political information opportunities in Europe: A longitudinal and comparative study of thirteen television systems. *The International Journal of Press/Politics* 17(3): 247–274.

Franklin B. (2004) *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.

Hallin D. & Manchini P. (2004) *Communication, society and politics: comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Higgins, M. (2008) *Media and Their Public*. New York: McGraw-Hill: Open University Press.

Higgins, M., Montgomery, M., Smith, A., Tolson, A. (2012) Belligerent broadcasting and makeover television: Professional incivility in Ramsay's Kitchen Nightmares. *International Journal of Cultural Studies* 15(5): 501–518.

Lasswell H. D. (1948) The structure and function of communication in society in Bryson L. (ed) *The Communication of ideas*. P. 32–51. New York: Harper and Row.

McQuail D. (2010) *Mass Communication Theory*. 6th edition. London: Sage.

Norris P. (2011) Political communication in D. Caramani (eds) *Comparative politics*. P. 352–370. Oxford: Oxford University Press.

Kuhn, Raymond and Nielsen, Rasmus Kleis (eds.) (2013) *Political Journalism in Transition: Western Europe in a Comparative Perspective*. London: I. B.Tauris.

Prior M. (2003) Any Good News in Soft News*?* The impact of soft news preference on political knowledge. *Political communication* 20 (April/June): 149–171.

## Notes

Televizionnaya programma. *Izvestiya*. 1971. 2 Nov.

## References


Berezhnaja M. A. (2009) Algoritmy osveshhenija social'nyh problem na telejekrane [Algorithms for the Coverage of Social Problems on TV]. *Izvestija Ural'sk. gos. Un-ta: Serija 1: Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury* 62(1–2): 167–172. (In Russian)

Bodrunova S. S. (2015) *Mediakratiya: SMI i vlast' v sovremennykh demokraticheskikh obshchestvah*: dis. ... dokt. polit. nauk. [Mediacracy: the Media and the Power in Modern Democratic Societies. Dr. polit. sci. diss.] St. Petersburg. (In Russian)

Boreckij R. A. (2003) Televidenie v social'no-istoricheskom kontekse [Television in the Socio-Historical Context]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 3: 9–19. (In Russian)

Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere*. London: Sage.

Dolgova Ju. I.(2002) Modeli politicheskoj propagandy na TV: vybor Rossii [Models of Political Propaganda on TV: Russia's Choice]. *Vestn. Mos. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 1: 104–113. (In Russian)

Dolgova Yu. I. (2016) Specifika i sushnost ponyatiya «obshestvenno-politicheskoe televeshanie» [Specifics and Essence of the Concept of Socio-Political Television Broadcasting] *Mediaskop* 3. (In Russian)

D'jakova E. G. (2002) *Massovaja kommunikacija i vlast'* [Mass Communication and Power]. Ekaterinburg: UrO RAN Publ. (In Russian)

Ershov Yu. M. (2012) *Televidenie regionov v poiske modelej razvitiya* [Regional Television in Search of Development Models]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

*Esser F.* and al (2012) Political Information Opportunities in Europe: a Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Television Systems. *The International Journal of Press/Politics* 17(3): 247–274.

Franklin B. (2004) *Packaging Politics: Political Communication in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.

Gulenko, P. V. (2016) Obshhestvenno-politicheskoe tok-shou na telekanale NTV: proektirovanie formata [Socio-Political Talk Show on the NTV Channel: Format Designing] *Mediaal'manah* 4: 56–65. (In Russian)

Hallin D. & Manchini P. (2004) *Communication, Society and Politics: Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Higgins, M. (2008) *Media and Their Public*. New York: McGraw-Hill: Open University Press.

Higgins M., Montgomery M., Smith A., Tolson A. (2012) Belligerent Broadcasting and Makeover Television: Professional Incivility in Ramsay's Kitchen Nightmares, *International Journal of Cultural Studies* 15(5): 501–518.

Il'chenko S. N. (2016) Politicheskie igry sovremennogo shou-biznesa v telejefire: diskurs manipuljacii [Political Games of Modern Show Business on Television: Discourse of Manipulation]. *Gumanitarnyj vector* 11(5): 110–115. (In Russian)

Karpova A. Ju. (2010) Krizis sistemy obshhestvenno-politicheskogo veshhanija v Rossii: markery i jeffekty (na primere Tomskogo televidenija) [Crisis of the System of Socio-Political Broadcasting in Russia: Markers and Effects (on the example of Tomsk television)]. *Vestn. Tomsk. gos .un-ta* 336: 35–37. (In Russian)

Kolomiec V. P. (2014) Transformaciya otechestvennogo televideniya [Transformation of National Television]. In *Rossijskij reklamnyj ezhegodnik 2013*. Moscow: NIPKC Voshod-A Publ. (In Russian)

Kohanov E. F. (2013) Politicheskie tok-shou: dialogichnost' i interaktivnost [Political Talk Shows: Dialogueness and Interactivity]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 4(1): 50–59. (In Russian)

Kuhn, Raymond and Nielsen, Rasmus Kleis (eds.) (2013) *Political Journalism in Transition: Western Europe in a Comparative Perspective*. London: I. B. Tauris.

Lasswell H. D. (1948) The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson. (ed) *The Communication of Ideas*. P. 32–51. New York: Harper and Row.

McQuail D. (2010) *Mass Communication Theory. 6th Edition*. London: Sage.

Norris P. (2011) Political Communication in D. Caramani (ed.) *Comparative politics*. Oxford: Oxford University Press. Pp. 352–370.

Novikova, A. A. (2008) *Sovremennye televizionnye zrelishha: istoki, formy i metody vozdejstvija* [Modern Television Spectacles: Origins, Forms and Methods of Influence]. St. Petersburg: Aletejja Publ. (In Russian)

Poluehtova I. A. (2015) Kak i chto my smotreli v 2014 g. [How and What We Watched in 2014]. *Iskusstvo kino* 4: 28–37. (In Russian)

Prior M. (2003) Any Good News in Soft News*?* The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge. *Political communication* 20 (April/June): 149–171.

Siebert F. S., Peterson T. and Schramm W. (1998) *Chetyre teorii pressy* [Four Theories of the Press]. Moscow: Vagrius Publ. (In Russian)

Vartanova, E. L. (2014) *Postsovetskie transformacii rossijskih SMI i zhurnalistiki* [Post-Soviet Transformations of Russian Mass Media and Journalism]. Moscow: MediaMir Publ. (In Russian)

Zasurskij I. I. (1999) *Mass-media vtoroj respubliki* [Mass Media of the Second Republic]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Zasurskij Ja. N. (2004) *Iskushenie svobodoj: Rossijskaja zhurnalistika: 1990-2004* [Temptation of Freedom: Russian Journalism: 1990–2004]. Moscow: MGU Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
05.04.2018

# СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Алекс Э. Умуерри,** PhD, исполняющий обязанности декана, старший преподаватель департамента массовых коммуникаций, Университет Бенсона, Бенин-сити, Нигерия; e-mail: alexungng@yahoo.com

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕСТНЫМ НАСЕЛЕНИЕМ ГАЗЕТНЫХ МАТЕРИАЛОВ, СОДЕЙСТВУЮЩИХ РАЗВИТИЮ

*Значимость газет для общественного развития в разных странах никогда не ставилась под сомнение, но было весьма сложно определить их роль в различных ситуациях и обществах. В связи с этим автор статьи изучил использование материалов, содействующих развитию, в газетах «Исоко Миррор», «Урхобо Войс», «Иджо Ньюз», «Уарри Войс» и «Аниома Уотч» этническими группами исоко, урхобо, иджо, итсекири и аниома в штате Дельта, Нигерия. Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что наиболее востребованнными местным населением являются материалы о местных событиях и работе коммунальных служб (39,9%), оперативность этих материалов (33,4%) и широкий социальный охват (17,2%). Наиболее интересными для читателей газет оказываются разделы, содержащие советы (32%) и посвященные общественной пользе (24,1) и обычаям (10,8%). По мнению читателей, самые важные из проблем развития освещались в культурных (24,1%) и политических программах (24,1%).*

*Опрос показал, что большинство респондентов (72,9%) читали газеты от случая к случаю, 18,2% читали их часто и 8,8% – очень часто. Автор полагает, что привлечь население к чтению местных изданий поможет установка газетных киосков.*

***Ключевые слова:*** *развитие, передача информации, содействующий развитию, материалы, содействующие развитию, использование местным населением материалов, содействующих развитию.*

**Alex E. Umuerri**, PhD in Philology, Acting Head and Senior Lecturer, Department Of Mass Communication, Benson Idahosa University, Benin City, Nigeria; e-mail: alexungng@yahoo.com

## INDIGENES' USE OF DEVELOPMENT MESSAGES IN NEWSPAPERS

*The use of newspapers in the development process in different countries has never been questioned, although it has been quite difficult to determine its role in this process in different situations and societies. Against this backdrop, the study*

*investigated the use of development messages in the newspapers Isoko Mirror, Urhobo Voice, Ijaw News, Warri Voice and Anioma Watch by Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri and Anioma indigenes in Delta State, Nigeria. The results of the conducted survey revealed that the dominant gratifications indigenes derived from the above-mentioned newspapers were local awareness and utility (39,9%), immediacy (33,4%) and social extension (17,2%). Furthermore, the dominant satisfactions readers derived from reading the newspapers were for advice (32%), social utility (24,1) and habit (10,8%). The development issues that readers found most useful were in cultural programs (24,1%) and political programs (19,9%). According to the survey results, the majority of respondents (72,9%) read the newspapers occasionally, 18,2% often and 8,8% very often. The author believes that indigenes should be encouraged to read local publications with the establishment of newsstands by the community and local groups.*

***Key words:*** *development, development communication, development messages, indigenes' use of development messages.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.83100*

## INTRODUCTION

The potency of mass media for development purposes is what Gunter and Theroux (1977) cited in Moemeka (2000: 125) refer to as centralized media, which is predicated on the fact that authorities know more about development priorities and that a good and 'useful' message is capable of being accepted by people. Therefore, the mass media are tools for accelerating information dissemination and development purposes.

This study considers newspapers, one of such media of mass communication, as a channel of development information in Delta State, Nigeria. The first newspaper, *Iwe Irohin*, which was established by reverend Henry Townsend and published in Nigeria in 1859 (in Yoruba and English), crusaded the cause of the Egba people of Abeokuta. However, since Townsend stopped publishing *Iwe Irohin*, Nigeria has produced a number of newspapers in different forms, with communities and groups establishing local newspapers to represent their interests and those of their localities. In five of the ethnic groups in Delta State, Nigeria – Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri, and Anioma – there are numerous local newspapers. Among these are: *Isoko Mirror, Urhobo Voice, Ijaw News, Warri Voice, and Anioma Watch*. These newspapers are owned by individuals within the ethnic groups.

McQuail (2010: 28) has attested to the use of newspapers as a medium with key features of "topicality of contents and reference". The existing studies in the use of English-language newspapers for development purposes in Nigeria have mostly focused on national

newspapers. There are no known studies of the use of development messages content found in the five local newspapers by five ethnic groups in Delta State, Nigeria. It is against this backdrop that the study investigated the use of development messages by readers.

The development communication content of the local newspapers for investigation are in the areas of agriculture, health, political programmes, family planning, housing & environment, economic programmes, education, community self-help development, and cultural programmes.

**The Problem**

Studies on readers' use of development messages have focused on national newspapers published in English in Nigeria, while local newspapers have been largely disregarded. Very little chance was given to the possibility that such development messages might also be reported by the local press.

Newspapers therefore have a role to play in this regard, especially the local press. It is expected that for accelerated development to take place in the localities, issues of politics, agriculture, health, family planning and housing & environment should constitute key development programmes. This is in no way to suggest that other development programmes not mentioned here are not important in the development process. Readers are therefore expected to give these development items primacy of place in their choice and use of development messages.

**Research Questions**

The study was guided by the following research questions:

1. What gratifications do indigenes derive from the local newspapers; and to what extent do indigenes read these newspapers?
2. What satisfactions do indigenes derive from reading the local newspapers; and which development-oriented information items do readers find most useful?

**Operational Definition of the Phrase "Indigenes' Use of Development Messages"**

The indigenes are the ethnic groups of Isoko, Ijaw, Anioma, Urhobo, and Itsekiri, who read and use development messages in the following newspapers published by indigenes in their localities: *Isoko Mirror*, *Ijaw News, Anioma Watch, Urhobo Voice*, and *Warri Voice*. These are all local

newspapers, i.e. publications in the localities that provide a set of news values relevant to a local readership. However, the term "local newspapers" refers to the institution of local newspapers.

## Literature Review

***Perspectives on Development and Development Communication:***

An important aspect of this study is to understand the concepts of development and development communication. First, the word 'development' means growth in the life of a person or society. Initially, development was viewed from the standpoint of Gross National Product (GNP). The underlying tenet was that development in a nation is viewed from the perspective of growth in the economy. Akinleye (2003: 61) observed that there was a time when development meant largely an accelerated growth of Gross National Product (GNP), per capita income and structural transformation in the economy. The key to national development was mainly increased rate in savings and capital formation, particularly material capital. The justification for the economic growth view of development is in the fact that at least it gives one greater control over one's environment. This, under normal circumstances, is expected to lead to greater freedom. For instance, economic growth enhances improved technical equipment and as such yields more abundant and more varied food with less labour. These economic benefits could also be far- reaching as they are able, in fact, to get to the people in the rural areas, apart from those who initially benefit.

Another dimension is introduced to the economic factor according to Olutula (2001) cited by Akinleye (2003: 61) in this way: "The classification of the countries of the world into two broad categories – developing countries and industrialized – used to be based almost on the economic criteria alone". In her view, the use of Gross National Product (GNP) per capita, low income, middle income and high income economies to group countries is a clear demonstration that, at that time, the conception of development was purely economic.

However, development is more composite and also human-centered. Oladipo (1996: 1) noted that:

> *Development in general is a process of economic and social advancement which enables people to realize their potentials, build self-confidence and lead lives of dignity and fulfillment. It is a process aimed at freeing people from evils of want, ignorance, social injustice and economic exploitation.*

While the emphasis above is human centered, Oladipo further postulates that the concept of development should have a paradigm shift which should focus more on the poor and less privileged and disadvantaged in society. Oladipo (1996: 3) therefore further conceptualizes Sustainable Human Development (SHD) in this way:

> *Sustainable human development is development that not only generates economic growth but distributes its benefits equitably; that empowers people rather than marginalizing them. It gives priority to the poor, enlarging their choices and opportunities, and provides for their participation in decisions affecting them. It is development that is pro-poor, pro-nature, pro-jobs, pro-women and pro-children.*

From the foregoing view, the indices of development are Human Development Index (HDI), Sustainable Human Development (SHD); people-centered development through people's empowerment, popular participation and putting people first; bottom-up development from the grassroots; environmental accounting and the restructuring of the world economic and financial system along with the UN system and the Breton Woods Institutions (Onimade, 1995: 3).

Comparatively, while the first school of thought views development as purely economic, with a strong bias for developing the economy of the state, with income per capita as a very important consideration, the second school of thought is people-centered. In fact, the more recent school of thought has pictured the old paradigm of development as shallow, by claiming that the central focus of development should be man and his well-being. This study is interested in the latter kind of development.

The reason for this is based on the concepts of development as advanced above, and, in addition, development should focus on localities. The justification for this position is that the concepts of development viewed above are from a broad perspective of development as they relate to countries, economies and societies at large with a focus on alleviating people's suffering. While these concepts remain relevant and will continue to remain relevant, the argument has been whether the concept should continue to cover these broad perspectives alone. Therefore, it seems logical to look at development from a standpoint that is relevant to this study. From this perspective, development is seen as a change in all spheres of human endeavours and the economy of a state and, in particular, Sustainable Infrastructural and Human Developments (SIHD), which must impact positively on localities. The

focal point of view therefore is the localities, which bear great responsibilities for development. One should not overemphasize this point because the state and national governments have always been involved in development.

Another important aspect of the study is to understand the concept of development communication. It refers to the channel of communication through which development information is disseminated, for instance newspapers. According to Udoakah (1998) cited by Laninhun (2003: 79), development communication is about how communication can be used for organized development. It is an attempt to influence the public to accept new ideas, to win citizens over to new ways of doing things. Development communication is therefore corrective, integrative and revolutionary in nature. It is result-oriented. Salawu (2001: 13–134), citied by Laninhun (2003: 79), also notes that development communication "stresses access to the media of communication, participation in communication activities and the relevance of content to the socio-cultural context".

Moemeka (1991) defines development communication as the application of the process of communication to the development process. In other words, development communication is the use of the principles and practices of exchange of ideas to fulfill development objectives.

From the foregoing reviews, development communication implies the use of the media to highlight and emphasize development issues with a people-oriented bias. This therefore clearly suggests that the newspaper can indeed be used as a vehicle for development communication in localities and in the rural setting to spread knowledge and information in order to contribute to changing people's behaviour and creating development.

The recourse to advancing this concept is that the localities have a crucial role to play in development. Scholarly evidence abounds that laments the failure of the national press to be a prime mover of development ( Aboyade, 1987; Adesanoye, 1990).

**Empirical Literature Review**

We provide empirical literature that is related to the study. On the global state of newspapers, Kung, Picard, and Towse (2008: 18–39) have said that there has been a gradual worldwide decline in newspaper reading. This above position is supported by Elvestad and Blekesaune (2008: 432) in their study of percentage of non-readers in the adult population of some European countries in 2004. The countries used for

the study were Norway, Switzerland, Estonia, Germany, United Kingdom, Poland, France, Spain and Greece.

Ogbemi (2007: 222) investigated newspaper readership in Port Harcourt to find out among other things which newspaper is read most by respondents of Port Harcourt, capital of Rivers State, Nigeria, and whether gender, educational level, and income affect readership in the city. The survey research method and the Uses and Gratifications Theory were applied. Results revealed that the majority of respondents (60,5%) read newspapers daily. Also, results showed that respondents with higher income are more prone to read newspapers than those with lower income. Men will also read newspapers more than women. Umuerri (2014: 145) investigated the readership and use of development messages of two selected Isoko newspapers in Delta State, Nigeria. The local newspapers are *Isoko Mirror* and *Isoko Times Extra*. The survey method was employed and results showed that there was a high level of awareness of the Isoko newspapers with 172, or 71% of the respondents answering in the affirmative. In addition, the highest number of development items respondents claimed they found in the selected newspapers was democracy messages: 57, or 23%. The study was conducted in the two Isoko council areas of Isoko South with headquarters in Oleh and Isoko North with headquarters in Ozoro.

**Theoretical Framework**

This study was guided by the Uses and Gratifications Theory. Little John (1992) observed that the approach focuses on the consumer, the audience member rather than the message. This approach imagines the audience member to be a discriminatory user of the media. It views the members of the audience as actively utilizing media contents, rather than being passively acted upon by the media. Folarin (2005: 91) provides further insight to this theory when he notes that the question is in who uses which contents from which media under which conditions and for what reasons

The scenario, according to Folarin, is this: An individual has some needs related to communication; He/She selects the media that appear likely to satisfy those needs; He/She selectively consumes the content; An effect may or may not occur (Kunczick 1988).

The theory is captured by Katz (1959: 2) in this way: "...it is the programme that asks the question, not "what do the media do to people?" But "what do people do with the media?" The theory is based on the following assumptions as stated by Blumler and Katz (1974: 23) thus:

1. The audience is assumed to be an active user of mass media.
2. Each audience member must discern which medium will best gratify his or her needs for a given use.
3. Media outlets compete with other sources of gratification and mass media cannot satisfy all human needs.
4. Empirical data assessment can help determine the goals of mass media consumers since users are self-aware enough to accurately describe their motives.
5. Judgments about the cultural relevance of mass media must be withheld in order to avoid speculation on popular culture.

According to Katz et al (1974: 511), the framework for the uses and gratifications theory is as follows:

(1) The audience is conceived of as active, an important part of mass media use is assumed to be goal-directed.
(2) In the mass communication process much initiative in linking need gratification and media choice lies with the audience member. This places a strong limitation on theorizing about any form of straight line effect of media content on attitudes and behavior.
(3) The media compete with other sources of need satisfaction.
(4) Many of the mass media uses can be derived from data supplied by individual audience members themselves.

Drawing on this theory, the readers identified in this study are those of Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri and Anioma ethnic groups who are crucial to our discussion. The concept of uses and gratifications implies the use of the local newspapers i.e. *Isoko Mirror, Urhobo Voice, Ijaw News, Warri Voice* and *Anioma Watch*. The identified audiences above are expected to use the local newspapers for personal benefits by reading the contents in the areas of agriculture, health, education, cultural, community self-help development, housing and environment, family planning, political, and economic programmes, and also, by seeking appropriate advice and taking action based on the information provided in the newspapers.

Therefore, the Uses and Gratifications Theory places emphasis on the foregoing development areas and how the audiences use these needs. The audiences are those of Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri and Anioma and we looked at how the demographics of gender, age, education level and income influence their use of the newspapers. These audiences from the theory can be applied to the local media. The local newspapers are *Isoko Mirror, Urhobo Voice, Ijaw News, Warri Voice* and *Anioma Watch*. Therefore, the audiences of Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri and Anioma indigenes present a good example for a demographic study.

**Theoretical Roots of The Research Questions**

Research Question one: What Gratifications do indigenes derive from the local newspapers; and to what extent do indigenes read the local newspapers?

This research question originated from assumption one (1) of Blumler and Katz's (1974: 23) Uses and Gratifications Theory: "The audience is assumed to be an active user of mass media'.

Research Question Two: What satisfactions do indigenes derive from reading the local newspapers; and which development-oriented information items do the readers find most useful? The root of this question is from assumption two (2) of Blumler and Katz's (1974: 23) Uses and Gratifications Theory, which states: "Each audience member must discern which medium will best gratify his or her needs for a given use".

**Methodology**

A survey method was adopted in conducting the research and was used to study the population of Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri and Anioma in Delta State, with a focus on their use of the following newspapers: Isoko Mirror, Urhobo Voice, Ijaw News, Warri Voice and Anioma Watch for purposes of development messages.

The population of five ethnic groups of Isoko, Urhobo, Ijaw, Itsekiri, and Anioma make up the total population of Delta state, which is 4 112 445 of which 2 069 309 are males and 2 043 136 are females (2006 National population commission). The literate population of Delta State is 2 708 088. It is assumed that the literate population represented the reading population. Gbadegesin, Olopoenia and Jerome (2005: 6) note that "a population is the set representing all measurements of interests to the research".

The convenience sampling technique was used to draw sample from the population. Convenience sampling, according to Olayinka,Taiwo, Raji-Oyelade and Farai (2006: 356), is a non-probability sampling strategy that uses the most easily accessible people (or objects) to participate in a study.

Five sets of the same questionnaire were administered with the help of trained research assistants in the five locations of Oleh, Asaba, Patani, Effurun and Warri. A total of 130 copies of the questionnaire were each administered to respondents in the five locations. In Oleh, copies of the questionnaire were distributed to the following quarters of Eviewoh, Okporoh and Uzorkpah. Each of the quarters had 43 copies of the

questionnaire except Uzorkpah, which had 44, totaling 130, out of which 128 of the questionnaire were returned. In Effurun, copies of the questionnaire were distributed to the following quarters of Enerhen and Ebrumede with each having 65 and all were returned by respondents. In Patani, copies of the questionnaire were distributed to two quarters of Ekise and Abare, each quarter had 65 126 copies of the questionnaire were returned. In Warri, 65 copies of the questionnaire were distributed to the two quarters of Ajamimogha, and Okere, while 129 copies were returned. In Asaba, 65 copies each of the questionnaire were distributed in Ogbogonogo and Okpanam, while 127 were retrieved from respondents.

The copies of the questionnaire were given to students, teachers, civil servants, politicians and businessmen, as the areas surveyed were made up of these different groups of respondents. Because the different groups of respondents had diverse demographic variables of age, gender, education, and economic levels, convenience sampling was thought necessary. A sample of 650 respondents was chosen, out of which 640 copies of the questionnaire were returned by respondents. Since convenience sampling was thought necessary to include all the demographic variables of age, gender, income, and level of education, a uniform sample size of 130 respondents was further chosen to represent each of the five localities of Asaba, Effurun, Warri, Patani, and Oleh. The copies of the questionnaire were distributed by trained researchers to offices, homes, schools and business premises or centers. Five trained research assistants distributed and retrieved the copies of the questionnaire in the following areas: two research assistants in Asaba; one each in Oleh, Warri, and Patani. Copies of the questionnaire were self-administered in Effurun. Frequency counts and simple percentages distribution were used for data analysis and presentation.

## Results and Discussion

***Research Question One: What gratifications do indigenes derive from the local newspapers; and to what extent do indigenes read the local newspapers?***

This research question sought to determine the gratifications indigenes derived from the local newspapers, and the extent to which indigenes read the local newspapers. It examined whether the local newspapers play a leading role in shaping perception as well as reality in the localities. To answer this question, the starting point was to determine the gratification of indigenes when they read the monthly and weekly local newspapers. The information on this is provided in Table 1 below.

*Table 1*

**Gratifications Indigenes derive from the Monthly and Weekly Newspapers: Total Indigenes Gratification Cross Tabulations**

| Monthly Newspapers | | | | | Weekly Newspapers | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **S/N** | **Gratifications** | **-** | **Oleh/IM No, %** | **Patani/IN No, %** | **Warri/WV No, %** | **No. of Monthly** | **Effurun/UV No, %** | **Asaba No, %** | **No. of Weekly** | **Total** |
| 1 | Immediacy | Count<br>% within immediacy | 16<br>23,5 | 12<br>17,6 | 11<br>16,16 | 39 | 18<br>26,4 | 11<br>16,1 | 29 | 68<br>(33,4)<br>100% |
| 2 | Local Awareness and Utility | Count<br>% within Local Awareness and Utility | 20<br>24,6 | 16<br>19,7 | 14<br>17,2 | 50 | 22<br>27,1 | 09<br>11,1 | 31 | 81<br>(39,9)<br>100% |
| 3 | Entertainment | Count<br>% within entertainment | 05<br>26,3 | 03<br>15,7 | 02<br>10,5 | 10 | 06<br>31,5 | 03<br>15,7 | 09 | 19<br>(9,3)<br>100% |
| 4 | Social Extension | Count<br>% within Social Extension | 08<br>22,8 | 05<br>14,2 | 07<br>20 | 20 | 10<br>28,5 | 05<br>14,2 | 15 | 35<br>(17,2)<br>100% |
| | **Total** | **Count<br>% within gratifications** | **49<br>24,7** | **36<br>17,7** | **34<br>16,7** | **119<br>58,6** | **56<br>27,5** | **28<br>13,7** | **84<br>41,3** | **203<br>100%** |

*Keys: IM = Isoko Mirror, IN = Ijaw News, WV = Warri Voice, UV = Urhobo Voice, AW = Anioma Watch*

Table 1 shows that the gratifications of indigenes when they read the monthly and weekly newspapers were for local awareness and utility, immediacy, and social extension in that particular order. However, the monthly and weekly newspapers presented different gratifications for readers.

The monthly newspapers presented 119 (58,6%) items of gratifications by indigenes in the localities of Oleh, Patani and Warri, as against 84 (41,3%) of gratifications in Effurun and Asaba by the weekly newspapers.

On the aggregate, one can safely infer that readers' gratifications consisted in being informed for local issues and news events in their immediate environment, as this accounted for the total indigenes' gratifications as follows: "local awareness and utility" (81), "immediacy" (68), and "social extension" (35).

It was also necessary to ascertain their frequency of reading the local newspapers. The data are presented in Table 2 below.

*Table 2*

**Frequency of Reading the Local Newspapers**

| S/N | Locations/ Newspapers | Very Often No. % | Often No. % | Occasionally No. % | Number of Respondents No. % | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Monthly** | | | | | |
| 1 | *Oleh/IM* | 5(10,2) (27,7) | 8(16.3) (21,6) | 36(73,4) (24,3) | 49(24,1) | 100% |
| 2 | *Patani/IN* | 3(8,3) (16,6) | 6(16,6) (10,8) | 27(75) (18,2) | 36(17,7) | 100% |
| 3 | *Warri/WV* | 3(8.8) (16.6) | 4(11.7) (10.8) | 27(79.4) (46.5) | 34(16,7) | 100% |
| | Sub-Total | 11 | 18 | 90 | 119 | |
| | **Weekly** | | | | | |
| 4 | *Effurun/UV* | 7(12,5) (38,8) | 11(19,6) (27,7) | 38(67,8) (79,1) | 56(27,5) | 100% |
| 5 | *Asaba/AW* | - | 8(28,5) (21,6) | 20(71,4) (13,5) | 28(13,7) | 100% |
| | Sub Total | 7 | 19 | 58 | 84 | |
| | **Total** | **18(8,8)** | **37(18,2)** | **48(72,9)** | **203** | **100%** |

*Keys: IM = Isoko Mirror, IN = Ijaw News, WV = Warri Voice, UV = Urhobo Voice, AW = Anioma Watch*

The table above shows that 72,9% of the respondents read the newspapers occasionally. Other frequencies with which respondents read the newspapers were "Often" (18,2%) and "Very Often" (8,8%). This result is an indication that readers of local newspapers in Delta State were few and the reason for this is not far to seek, as illiteracy is still a problem in Nigeria. This has led to poor reading habits. For instance, Moemeka (2000: 142) cites the *Europa Year Book* (Vol. 1: 1992) as having given the following statistics on this:

> *Cameroon with a population of 112 million (1989) has 29 daily newspapers hampered by high production costs, limited readership... Egypt with a population of 53 million (1990) has 17 daily newspapers hampered by high illiteracy rate.*

That information is also a reflection of what occurs in most African countries and Nigeria, in particular. Therefore, only a few respondents read the papers regularly. This is not consistent with the finding of Salawu (2003) that a majority of respondents 227 or 63,1% read Yoruba newspapers. The author had investigated the readership of Yoruba newspapers for development messages.

***Research Question Two: What satisfactions do indigenes derive from reading the local newspapers; and which development-oriented information items do the readers find most useful?***

This research question sought to investigate the satisfactions derived by indigenes when they read the newspapers; and the development information that readers find most useful. There was therefore a need to carry out a comparison between satisfactions derived by indigenes when they read the monthly and weekly newspapers. The information on this is provided in Table 3.

*Table 3*

**Comparison of Satisfactions of Indigenes when they read the Monthly and Weekly Local Newspapers. Total Indigenes Satisfactions Cross Tabulations**

| S/N | Satisfactions | - | Oleh/IM No. % | Patani/IN No. % | Warri/WV No.% | No.% Monthly | Effurun/UV No. % | Asaba/AW No. % | No. % Weekly | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Habit | Count<br>% within Habit | 06<br>27,2 | 03<br>13,6 | 03<br>13,6 | 12 | 08<br>36 | 02<br>9,0 | 10 | 22(10,8)<br>100% |
| 2 | Convenience | Count<br>% within Convenience | 03<br>20 | 02<br>13,3 | 04<br>26,6 | 09 | 04<br>26,6 | 02<br>13,3 | 6 | 15(7,3)<br>100% |
| 3 | Social Utility | Count<br>% within Social Utility | 12<br>24,4 | 09<br>18,3 | 10<br>20,4 | 31 | 10<br>20,4 | 08<br>16,3 | 18 | 49(24,1)<br>100% |
| 4 | Escape From Problems | Count<br>% within Escape from problems | 02<br>14,2 | 04<br>28,5 | 02<br>14,2 | 08 | 03<br>21,4 | 03<br>21,4 | 6 | 1(6,8)<br>100% |
| 5 | Advice | Count<br>% within Advice | 17<br>26,1 | 12<br>18,4 | 11<br>16,9 | 40 | 16<br>34,6 | 09<br>13,8 | 25 | 65(32)<br>100% |
| 6 | Entertainment | Count<br>% within Entertainment | 05<br>27,7 | 02<br>11,1 | 02<br>11,1 | 09 | 06<br>33,3 | 03<br>16,6 | 9 | 18(8,8)<br>100% |
| 7 | Escape from boredom | Count<br>% within Escape from boredom | 04<br>20 | 04<br>20 | 02<br>10 | 10 | 09<br>45 | 01<br>0,5 | 10 | 20(9,8)<br>100% |
| | **Total** | **Count<br>% within Satisfactions** | **49<br>24,1** | **36<br>17,7** | **34<br>16,7** | **119<br>58,6** | **56<br>27,5** | **28<br>13,7** | **84<br>41,3** | **203<br>100%** |

*Keys: IM = Isoko Mirror, IN = Ijaw News, WV = Warri Voice, UV = Urhobo Voice, AW = Anioma Watch*

The table shows that there were more indigenes who derived satisfactions reading monthly newspapers than they did reading weekly newspapers. This information can be gleaned from the table. Also, "Advice" (65), and "social utility" (49) were the major or leading satisfactions derived by indigenes when they read the local newspapers. When separated differently, however, the local newspapers presented different levels of satisfactions to readers. *Urhobo Voice,* a weekly, was the leading local newspapers in this direction with (56) items, followed by *Isoko Mirror* (49), *Ijaw News* (36), *Warri Voice* (34) and *Anioma Watch* (28). The inference that can be drawn is that the readers prefered to use to use the local newspapers to solve specific needs of development by relying on the newspapers for advice and using for social utility.

Furthermore, there was need to investigate the development messages that readers found most useful in the monthly and weekly local newspapers. The information on this can be gleaned from Table 4.

*Table 4*

**Development Messages Respondents Find Most Useful in the Monthly and Weekly Local Newspapers**

| Monthly | | | | | Weekly | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **S/N** | **Development** | **-** | **Oleh/IM No. %** | **Patani/IN No. %** | **Warri/WV No. %** | **No. of Items in the Monthly** | **Effurun/UV No. %** | **Asaba/AW No. %** | **No. of Items in the Weekly** | **Total No. %** |
| 1 | Agriculture | Count<br>% within Agriculture | 1(20)<br>(2) | 1(20)<br>(2,9) | 1(20)<br>(2,9) | 3 | - | 2(40)<br>(7,1) | 2 | 5<br>(2,4) |
| 2 | Health | Count<br>% within Health | 2(11,1)<br>(4,1) | 1(5,5)<br>(2,7) | 3(16,6)<br>(8,8) | 6 | 11(61,1)<br>(19,6) | 1(5,5)<br>(3,5) | 12 | 18<br>(8,8) |
| 3 | Political Programmes | Count<br>% within Political Programmes | 6(16,6)<br>(12,2) | 11(30,5)<br>(30,5) | 6(16,6)<br>(7,6) | 23 | 6(16,6)<br>(10,7) | 7(19,4)<br>(25,) | 13 | 36<br>(17,7) |
| 4 | Family Planning | Count<br>% within Family Planning | 1(50)<br>(2) | 1(50)<br>(2,7) | - | 2 | - | - | | 2<br>(0,9) |

*Table 4*

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | Housing and Environment | Count<br>% within Housing and Environment | 1(16,6)<br>(2) | - | - | 1 | 4(66,6)<br>(7,1) | 1(16,6)<br>(3,5) | 5 | 6<br>(2,9) |
| 6 | Economic Programmes | Count<br>% within Economic Programmes | 9(34,6)<br>(18,3) | 4(15,3)<br>(11,1) | - | 13 | 8(30,7)<br>(14,2) | 5(19,2)<br>(7,8) | 13 | 26<br>(12,8) |
| 7 | Education | Count<br>% within Education | 10(28,4)<br>(20,4) | 6(17,1)<br>(16,6) | 4(11,4)<br>(11,7) | 20 | 12(34,4)<br>(21,4) | 3(8,5)<br>(10,7) | 15 | 35<br>(17,2) |
| 8 | Community Self-Help Development | Count<br>% within Community Self-Help Development | 8(30,7)<br>(16,3) | 4(15,3)<br>(11,1) | 7(26,9)<br>(20,5) | 19 | 5(19,2)<br>(8,9) | 2(7,6)<br>(7,1) | 7 | 26<br>(12,8) |
| 9 | Cultural Programmes | Count<br>% within Cultural Programmes | 11(22,4)<br>(22,4) | 8(16,3)<br>(22,2) | 13(26,5)<br>(38,2) | 32 | 10(20,4)<br>(17,8) | 7(14,2)<br>(25) | 17 | 49<br>(24,1) |
| | **Total** | **Count<br>% within development items** | **49<br>24,1** | **36<br>17,7** | **34<br>16,7** | **119<br>58,6** | **56<br>27,5** | **28<br>13,7** | **84<br>41,3** | **203<br>(100)** |

Table 4 presents data on development messages that respondents/ readers found most useful. The summary of the data shows that respondents preferred "cultural programmes" (24,1%) to other development messages reported in the local newspapers. The result emphasized the point that culture is a way of life of the people which they always want to cling to.

Another high-ranking subcategory of development messages which readers find most useful in the local newspapers are political programmes. The attraction to political programmes by indigenes is not

surprising, since the love to have power derives from political office. It is generally believed that with power at their disposal, people can overcome other challenges of development. Okigbo (1990) corroborated this in his study on sources of political information in rural Nigerian community.

However, the respondents' rating of family planning subcategory (0,9%) is an indication that issues of family planning are not taken seriously. This result is not consistent with Omoera's (2010) study and rating of family planning programmes through the use of broadcast media. The researcher investigated the use of broadcast media in family planning matters in Ebele Community in Igueben Local Government Area of Edo state.

**Recommendations**

Based on the findings, the study recommends the following:

1. Indigenes should be encouraged to read local publications. This can be done with the establishment of newsstands by the community, local groups or non-governmental organizations.

2 While it is laudable that indigenes continue to cling to age-old traditions of their cultural beliefs, it is necessary for them to accept certain alterations that may be made on some aspects of these traditions, which may be barbaric and or which may have become inimical to local aspirations. Some of these new cultural aspirations should be issues for discussion and subsequent publication in newspapers.

**References**

Abayode B. (1987) *The Provision of Information for Rural Development*. Ibadan: Foundation Publications.

Adesanoye F. A. (1990) Mass Communication, Mass Incommunication and Nigeria's Development. In I. Nwosu (ed.) *Mass Communication and National Development*. Aba: Frontier Publisher.

Akinleye L. (2003) Indigenous Knowledge System, Communication and Sustainable Development. In E.O. Soola (ed.) *Communicating for Development Purposes*. Ibadan: Kraft Books. Pp. 61–73.

Anaeto G., Anaeto S. G. (2010) *Development Communication: Principles and Practice*. Ibadan: Stirlin-Horden Publishers.

Bittner J. R. (1989) *Mass Communication: an Introduction* 5th ed. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Blumler J., Katz E. (1974) *The Uses of Mass Communication*. California: Sage Publications.

Elvestad E., Blekesaune A. (2008) Newspaper Readers in Europe. A Multi-level Study of Individual and National Differences. *European Journal of Communication* 23(4): 425–448.

Farai I. P. (eds) (2006) *Methodology of Basic and Applied Research* 2n ed. Ibadan: The Postgraduate School University of Ibadan.

Folarin B. (2005) *Theories of Mass Communication: an Introductory Text*. Ibadan: Bakinfol Publications.

Gbadegesin A., Olopoenia R., Jerome A. (eds.) (2005) *Statistics for the Social Sciences*. Ibadan: Ibadan University Press.

Gunter J., Theroux J. (1977) Open Broadcast Education Radio: Three Paradigms. In Rogers (ed.) *Radio for Education and Development: Case Studies*. Washington, D. C: World Bank.

Gunter B. (1987) *Poor Reception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News*. Hillsdale Nj: Eribaum.

Kung L, Picard R., Towse R. (2008) *The Internet and the Mass Media* London: Sage.

Laninhun A. (2003) Communicating for Development Purposes: a Gender Perspective. In E. O. Soola (ed.) *Communicating for Development Purposes*. Ibadan: Kraft Books. Pp. 72–86.

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

Moemeka A. A. (2000) *Development Communication in Action*. Maryland: University Press of America.

National Population Commission Census Report (2006). Federal Republic of Nigeria.

Ogbemi O. B. (2007) Newspaper Readership in Port Harcourt. *International Journal of Communication* 6(2): 222–231.

Okigbo C. (1990) Sources of Political Information in a Rural Nigerian Community. *African Media Review* 43: 49–61

Oladipo E. O. (1996) *The Theory, Concept and Practice of Sustainable Human Development*. Lagos: UNDP.

Olayinka A. I., Taiwo V. O., Raji-Oyelade A., Omoera O. S. (2010) Broadcast Media in Family Planning Matters in Rural Nigeria. The Ebelle Scenario. *Journal of Communication* 1: 77–85.

Onimade B. (1995) *Overview of Nigeria's Development and Planning Experience*. Paper Presented at a Workshop on Agenda for Sustainable Human Development in Nigeria, Sponsored By United Nations Development System. Ibadan.

Salawu A. S. (2001) *An Evaluation of the Development Communication Contents of Yoruba Newspapers*. PHD Thesis, Communication and Language Arts, Arts. University of Ibadan.

Soola E. O. (ed.) (2003) *Communicating for Development Purposes*. Ibadan: Kraft Books.

Umuerri A. E. (2014) Readers' Attitude Towards Development Messages in Community Newspapers of Delta State. *Journal of Communication and Media Research* 6(2): 144–194.

Поступила в редакцию
11.06.2018

# ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Кругликова Ольга Сергеевна,** кандидат филологических наук, доцент кафедры истории журналистики, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: oskruglikova@yandex.ru

## ЭВОЛЮЦИОННАЯ ТЕОРИЯ ДАРВИНА В ОТРАЖЕНИИ РУССКОЙ КОНСЕРВАТИВНОЙ И ЛИБЕРАЛЬНОЙ ПРЕССЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX В.

*Полемика вокруг дарвинизма, разгоревшаяся в русской прессе второй половины XIX в., ввела проблемы естествознания в мировоззренческий и политический спор либералов и консерваторов. В 1880-х гг. на страницах «Русского вестника» (Н. Н. Страхов) и «Русской мысли» (К. А. Тимирязев, Н. Г. Чернышевский) развернулся спор о книге Н. Я. Данилевского «Дарвинизм. Критическое исследование». Представленный в статье анализ в сопоставлении с современными реалиями позволяет утверждать, что вовлеченность научной популяризации в политический дискурс является одной из характерных черт отечественной прессы во все время ее существования.*

***Ключевые слова:*** *Н. Я. Данилевский, Н. Н. Страхов, К. А. Тимирязев, Н. Г. Чернышевский, дарвинизм, «Русский вестник», «Русская мысль».*

**Olga S. Kruglikova**, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of History of Journalism, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: oskruglikova@yandex.ru

## DARWIN'S EVOLUTIONARY THEORY AS REFLECTED IN THE RUSSIAN CONSERVATIVE AND LIBERAL PRESS OF THE SECOND HALF OF THE 19TH CENTURY

*The article analyses the polemic about Darwinism in the Russian press of the second half of the 19th century. This controversy made the problems of natural science part of the worldview and political debate between liberals and conservatives. In the 1880s, two journals, the liberal Russkaya Mysl and the conservative Russkiy Vestnik, discussed N. Ya. Danilevsky's book "Darwinism: the Critical Analysis". For the authors of the former publication (K. A. Timiryazev, N. G. Chernyshevsky), the affirmation of the natural origin of the Earth and the human being was the basis for the struggle against clericalism. But some of them, the followers of socialist views, denied the struggle for existence as a factor in evolution, believing that this factor was not competition but cooperation. In Russkiy Vestnik, the conservatives (N. N. Strakhov) criticized Darwinism, defending the idea of creationism and development of nature in accordance with the divine plan of the Creator. The analysis of this polemic, as compared with up-to-date realities, makes*

*it possible to assert that the involvement of scientific popularization in political discourse is one of the characteristic features of the Russian press throughout its existence.*

***Key words:*** *N. Ya. Danilevsky, N. N. Strakhov, K. A. Timiryazev, N. G. Chernyshevsky, Darwinism, Russkiy Vestnik, Russkaya Mysl.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.101118*

**Политическое естествознание**

Тесная сопряженность естественнонаучных проблем и политической повестки дня характерна для современного общественно-политического дискурса. Шумная *pr*-акция развернулась вокруг иска, поданного петербургской школьницей Марией Шрайбер против Министерства образования РФ, утвердившего преподавание теории Дарвина на уроках биологии в школе, что оскорбляло, по мнению истицы, религиозные чувства учащихся[1]. Академическое сообщество, со своей стороны, отреагировало тоже весьма резонансным обращением к руководству страны: в открытом письме В. В. Путину 10 академиков РАН выступили против клерикализации всех сторон жизни общества, в том числе науки[2]. Дискуссия о научных и мировоззренческих аспектах дарвинизма длится уже более полутора веков, сохраняя свое острое политическое звучание, и изучение ее начальных этапов весьма актуально, т. к. рассмотрение этого диалога в развитии дает возможность более глубоко понять характер идейного противостояния в настоящий момент.

Появление работ Ч. Дарвина, прежде всего труда «О происхождении видов путем естественного отбора», стало самым значимым и нашумевшим естественнонаучным открытием второй половины XIX в. Полемика, развернувшаяся вокруг него, вскоре перешла границы научного диспута, узкоспециальный труд стал настоящим бестселлером, не только выдержавшим множество переизданий, но востребованным даже в библиотеках русской глубинки: по выражению Н. Н. Страхова, книгу Дарвина «читали не одни ученые, а все жаждущие просвещения и боящиеся не отстать от века»[3]. С момента своего появления теория Дарвина имела не только научное значение: поставленный им вопрос о происхождении человека как биологического вида являлся вопросом мировоззренческим, «отдельные философы пытались приспособить дарвинизм под свои учения» (Трапезов, 2009: 250), появились и попытки вульгарной экстраполяции законов, открытых Дарвином

в природе, на жизнь социума, отразившиеся, прежде всего, в работах Г. Спенсера и Э. Геккеля.

Развитие естественных наук в России в середине XIX в. повлекло за собой широкое распространение материалистической философии. При этом естественнонаучное знание воспринималось как идейный базис не только для философских, но и для политических выводов. Популяризация достижений естествознания стала знаменем борьбы с религией и ассоциируемым с ней общественным строем. Как вспоминал революционер С. Лазо, целое поколение революционеров нашло в книге К. А. Тимирязева «Жизнь растений» самый короткий путь к пониманию марксизма (Лишевский,1987).

В XIX в. русские мыслители консервативного крыла опасались выхода естественнонаучных концепций за пределы научного дискурса, обоснованно полагая, что поверхностно принятые и произвольно распространяемые на сферу социальных процессов выводы естественных наук могут повлечь молодое поколение русской интеллигенции на путь революционных преобразований. Опасения консерваторов были небеспочвенны, развитие интереса «к вопросам естествознания и особенно физиологии <...> было тесно связано с укреплением материалистических взглядов на природу и человека», а также с «особенностями общественно-политической программы» (Сорокин, 1955) леворадикального, нигилистического крыла русской общественной мысли, самым ярким представителем которого был Д. И. Писарев.

Негативной стороной воззрений консерваторов было то, что из опасения политических последствий ложно понятого просвещения они зачастую предлагали придерживаться мер откровенно обскурантистского характера: многие из них требовали ограничения преподавания естественных наук в школах, например. Но среди консервативной части русской интеллигенции были и те, кто был готов к открытой содержательной полемике о животрепещущих вопросах современной им науки.

### Русские критики Дарвина

В конце 1880-х гг. журнальная полемика вокруг дарвинизма получила новый толчок благодаря публикации в 1885 г. первого тома книги Н. Я. Данилевского «Дарвинизм. Критический разбор». Работа была опубликована посмертно, автор не успел ее завершить,

однако сам он полагал, что именно в первом томе содержится основной смысл его труда, запланированные два тома продолжения рассматривались им лишь как дополнения. В марте 1886 г. появление книги, о которой «нужно кричать на площадях и проповедовать с крыш»[4], восторженно приветствовал знаменитый публицист-почвенник Н. Н. Страхов на страницах журнала-газеты «Гражданин», отметив, что книга являет «огромное обилие фактов, превосходно сгруппированных, неотразимую логику, чрезвычайное остроумие, совершенную точность и полноту в постановке вопросов»[5].

Необходимо отметить, что все полемисты были сторонниками идеи эволюции (или трансформизма, как чаще всего говорили в XIX в.), т. е. признавали процесс постоянного изменения не статичного, а находящегося в непрерывном развитии мира живой природы. Они расходились во мнениях относительно смысла, цели этого развития и факторов, на него влияющих. Признавая труд Дарвина «великим произведением человеческого ума» и вполне отдавая должное «его глубокой искренности» (Данилевский, 1885: 11), Данилевский критически рассматривал его учение. Возражения Данилевского были обширны и многочисленны, но в самых общих и упрощенных чертах можно указать несколько ключевых направлений этой критики: недопустимость сделанного Дарвином распространения на виды дикой природы тех законов, которые выявлены для одомашненных животных и культурных растений; противоречие между выдвинутой Дарвином идеей мозаичного характера изменчивости и признаваемой им же корреляцией изменений частей организма, иначе говоря, признание им одновременно существующими двух взаимоисключающих вещей – естественного отбора и соответственной изменчивости; пренебрежение нивелирующей ролью свободного скрещивания, препятствующего закреплению новых признаков; невозможность образования существующего разнообразия видов и форм живой природы тем путем, который указал Дарвин, в столь короткий срок, ведь дифференциация под действием естественно отбора заняла бы отрезок времени, существенно превышающий геологический возраст Земли (Поздняков, 2016; Назаров, 2005).

Многие из выдвигавшихся антидарвинистами возражений (как, отметим, и многие положения самого Дарвина) были впоследствии устранены, уточнены и дополнены открытиями ученых-генетиков, давших более глубокое представление о механиз-

мах наследственности и изменчивости. Однако в рамках темы данной статьи нас в большей степени интересуют возражения не узкоспециального, а мировоззренческого плана, ведь для Данилевского важно было то, что дарвинизм «содержит в себе особое миросозерцание, высший объяснительный принцип <...> для целого миростроения, объясняющий собой все области бытия» (Данилевский, 1885: 4). Данилевский не принимал идею Дарвина о самопроизвольности и случайности тех изменений, которые становились причиной значительных трансформаций, в том числе образования новых видов: «В странной гипотезе Дарвина как нельзя яснее выражается то общее дарвинское миросозерцание, по которому целесообразность мирового устройства представляется лишь чем-то кажущимся, миражем, обманом чувств или скорее мысли, под которой кроется отсутствие всякой цели, всякого преднамеренного прилажения и приспособления» (Данилевский, 1885: 365). В отличие от теории Дарвина, провозглашавшей эволюцию результатом разнонаправленных, случайных, независимых друг от друга изменений отдельных признаков, «согласно взглядам Н. Я. Данилевского, эволюция осуществляется путем крупных резких изменений, что вполне согласуется с его представлением о разумности мира» (Поздняков, 2009: 35). Данилевский выступает как сторонник идеи целесообразности происходящих в природе изменений, ибо именно эта целесообразность развития всех явлений природы в определенном направлении и предполагает наличие главного – Творца, определяющего характер этого развития: «Каждое из таких крупных, внезапных, самопроизвольных изменений должно бы уже прямо занять свое место. В таком случае нечему бы было и погибать в борьбе за существование (разумея, конечно, не индивидуумы, а целые формы, группы), – не было бы и подбора; а целесообразность в приноровлении органических существ не могла бы быть объяснена иначе, как разумным предустановлением, то есть тем именно, для устранения чего и придумана вся теория Дарвина» (Данилевский, 1885: 151). При этом важно отметить, что Данилевский самого Дарвина не считал ни материалистом, ни атеистом, он полагал лишь, что научные выводы Дарвина в сознании его читателей могут устранить последнее научное основание философского деизма, подчеркивая, что деизм религиозный «ни в каком подобном основании не нуждается» (Данилевский, 1885: 10).

### Н. Н. Страхов *VS* К. А. Тимирязев

В «Русском вестнике» в 1887 г. Страхов опубликовал статью о книге Данилевского, названную «Полное опровержение дарвинизма». Статья содержала подробный и весьма хвалебный разбор труда русского антидарвиниста. Видный русский ученый и популяризатор науки К. А. Тимирязев откликнулся в журнале «Русская мысль» статьей под названием «Опровергнут ли дарвинизм?», которая была несколько измененным изложением лекции, прочитанной им в Политехническом музее. Во время господства научного материализма было принято считать, что Тимирязев вышел бесспорным победителем из полемики с критиками Дарвина, своими выступлениями поставив непреодолимую плотину науки на пути ретроградства и мракобесия: «Это был триумф Тимирязева-лектора и победа защищаемого им дарвинизма <...> Тимирязев убедительно доказывает правильность, верность, справедливость теории Дарвина» (Лишевский, 1987). Хотя изредка звучали и другие мнения: например, крупный советский ученый-биолог, генетик А. Ю. Филипченко отмечал, что в своих возражениях Тимирязев выбирал самые слабые и незначительные стороны концепции Данилевского, оставляя без внимания действительно научные существенные возражения («Дарвинизм» Н. Я. Данилевского в оценке русских философов, историков и теоретиков биологии, 2016).

Анализируя эту полемику, нельзя упускать из виду тот факт, что новая работа Данилевского не воспринималась читателями и оппонентами автора в отрыве от его предыдущих сочинений, принесших ему популярность как философу. Его фундаментальный труд «Россия и Европа», в котором излагалась теория культурно-исторических типов, заложил основы будущего цивилизационного подхода к истории, а также стал идейным знаменем для тех политических сил, которые предлагали России «отрешиться от мысли о какой бы то ни было солидарности с европейскими интересами» (Данилевский, 2008: 537) и перестать смотреть «на явления внутренней и внешней жизни России с европейской точки зрения и сквозь европейские очки» (Данилевский, 2008: 321). Эта работа вызвала широкую полемику и настроила против Данилевского часть русской интеллигенции, в том числе деятелей науки. Сторонники либеральных и социалистических взглядов, космополитическому мировоззрению которых претила идея национальной самобытности и отрицание всемирной цивилизации, считали Данилевского одним из идеологов враждебного лагеря, так что важ-

ной задачей в данном случае была не только защита концепции Дарвина, но и посрамление научных взглядов политического оппонента. «Палец перед глазом заслоняет далекое солнце. Свой, «наш талантливый писатель» всегда имеет шансы заслонить далекого, хотя бы и гениального, мыслителя»[6], – пишет Тимирязев, полагавший, очевидно, что одним из побудительных мотивов для русских критиков дарвинизма стало ревнивое отношение к успехам западной науки.

Тимирязев сосредоточил свой полемический пыл на том, чтобы обвинить русских критиков Дарвина в некомпетентности, в том, что они рассуждают о непосильных им предметах и все их писания есть только славянофильское шарлатанство, схоластическая реакция на успехи естественных наук. «Стоит ли отвлекаться от исследования новых фактов, от изучения старых мыслей, которых на свете так много и таких хороших, для того чтобы изобличить мелкую, изворотливую софистику дилетанта, ослепленного предвзятой идеей и задавшегося, очевидно, непосильной целью – остановить одно из могучих течений современной научной мысли?»[7] – таким риторическим вопросом задается Тимирязев в начале своего рассуждения о книге Данилевского. С точки зрения Тимирязева, автор «Дарвинизма» спорит с теми утверждениями, которых вовсе и не делал Дарвин, приписывая английскому естествоиспытателю выводы, никогда им не провозглашавшиеся, и, следовательно, «все свое опровержение он основывает только на своем непонимании этой теории»[8].

Благодаря скандальной популярности философских сочинений Данилевского, а также известности многих литературных трудов Страхова, в памяти потомков они остались, прежде всего, не как деятели естествознания, поэтому читателю XXI в. могут показаться обоснованными обвинения их в некомпетентности по части наук о природе. Но их современник Тимирязев не мог не знать, что и Данилевский, и Страхов имели естественнонаучное образование: Страхов защитил диссертацию на степень магистра зоологии и был автором переводов значительных научных сочинений (Брема, Ланге и др.), Данилевский окончил естественнонаучный факультет университета кандидатом, выдержал магистерский экзамен, но не защитил диссертации, т. к. был выслан из Петербурга по политическим обвинениям, но, несмотря на отсутствие формальной степени, стал крупным естествоиспытателем, членом нескольких научных обществ. Поэтому такое, очевидно пренебре-

жительное отношение к уровню компетентности своих оппонентов со стороны Тимирязева представляется несколько странным.

Уходя от разговора о научных теориях, ученый сразу переходит в плоскость личностного противопоставления Дарвина и Данилевского: «Дарвин своим трудом опроверг то, во что сам прежде верил, – он постоянно, в течение четверти века, сдавался перед очевидностью фактов, переходил от одного склада мыслей к другому. Дарвинизм озадачил Данилевского, как он сам о том повествует, возмутил весь его душевный склад. Данилевский встретил дарвинизм так же враждебно, как и проводил. Один сжег то, чему поклонялся, другой только ниже и ниже склонялся перед тем, перед чем и ранее уже клонил голову»[9]. По мнению Тимирязева, уже сам этот факт «не внушает доверия» к Данилевскому. Хотя почему для ученого именно готовность отказаться от своих убеждений предпочтительнее последовательности в отстаивании своих идей – остается неясным и никак не доказывает научной несостоятельности Данилевского.

Отметим, что к идеям Данилевского впоследствии апеллировал родоначальник концепции номогенеза Л. С. Берг, который первоначально, по его собственному признанию, под влиянием сложившегося стереотипа считал работу Данилевского «произведением ненаучным и тенденциозным», посему взял ее в руки лишь «для очистки совести», и с удивлением обнаружил, что «труд Данилевского – результат обширной эрудиции автора, есть произведение, заслуживающее полного внимания» («Дарвинизм» Данилевского в оценке русских философов, историков и теоретиков биологии, 2016: 59). Некоторые современные биологи (Назаров, 2005) также не относят труда Данилевского к умозрительным схоластическим возражениям против передовой науки, а полагают, что многие аспекты содержательной и методологической критики Данилевским дарвинизма остаются актуальными и сегодня.

В этом контексте яркая и, бесспорно, отмеченная недюжинным публицистическим дарованием полемическая статья Тимирязева представляется довольно тенденциозной, складывается впечатление, что в данном случае умышленно шутливый и ядовитый тон публикации имел целью замаскировать нежелание серьезно анализировать фундаментальные возражения оппонента, свести научную полемику к состязанию в острословии.

Поэтому в статье «Всегдашняя ошибка дарвинистов», которой Страхов решил ответить Тимирязеву на страницах «Русского вестника» в конце 1887 г., автору пришлось сознаться, что вести поле-

мику ему весьма затруднительно: «Отвечать по *существу* дела – вот что было бы всего лучше; но, к величайшему моему удивлению, оказалось, что это невозможно, потому что у г. Тимирязева, можно сказать, вовсе нет этого самого существа. Во всей его статье мне не удалось найти ни одного возражения, которое не было бы предусмотрено Н. Я. Данилевским и не было бы им основательно опровергнуто»[10]. При этом Страхов признается, что с самого начала пошел на хитрость: имея целью привлечь внимание русского научного сообщества к книге Данилевского, публикация которой прошла незамеченной, он умышленно в статье «Полное опровержение дарвинизма» неоднократно (в весьма уважительном и одобрительном тоне) упоминал Тимирязева, надеясь вызвать его на разговор о труде Данилевского. И хотя формально эта хитрость удалась, он, безусловно, не ожидал, что Тимирязев вместо серьезного разбора существа книги подвергнет ее автора едкому глумлению, к тому же сделает это в формате публичной лекции. «Никак не рассчитывал я на этот способ возражения, – пишет Страхов. – А что, думал я, если профессор потом вовсе не станет печатать своей лекции? Не имею же я права требовать этого напечатания; следовательно, мне невозможно будет ничем противодействовать впечатлению лекции. Наконец, пусть он ее и напечатает, – разве не исчезнет в печати самый тон речи и язвительное упирание на то или другое слово?»[11]. К радости Страхова, лекция была напечатана и появилась «возможность возражать на нее и привлечь к ответственности каждое ее слово»[12]. Пытаясь оставаться в поле «возражений по существу», далее в статье Страхов, в сущности, повторяет основные аспекты критики дарвинизма Данилевским, не привнося в полемику ничего существенного нового.

**Социалисты и анархисты против дарвинизма**

Дарвинизм критически осмыслялся не одними религиозными консерваторами. За год до смерти Н. Г. Чернышевский под псевдонимом «Старый трансформист» поместил в «Русской мысли» статью «Происхождение теории благотворности борьбы за жизнь». Публикация увидела свет в 9 книжке журнала за 1888 г., т. е. несколько позже статей Тимирязева.

Стоит отметить в данном случае специфику издательской политики журнала, редакция которого к этому времени управлялась В. А. Гольцевым. «Русская мысль» в период ужесточения цензуры

и усиления давления на прессу обоснованно видела себя одним из весьма немногочисленных органов печати, сохраняющих приверженность либеральному направлению, поэтому считала своей миссией предоставлять право голоса всем деятелям этого внутренне разнородного течения русской общественной мысли. Декларировавшаяся Гольцевым редакционная политика плюрализма мнений позволила поместить такие полярно противоположные по интенции публикации, как статьи Тимирязева и Чернышевского о дарвинизме, на страницах одного и того же журнала.

И для Чернышевского, и для Данилевского главным побудительным мотивом противостояния дарвинизму было понимание того, что учение это «есть не только и не столько учение зоологическое и биологическое, сколько вместе с тем и еще в гораздо большей степени учение философское» (Данилевский, 1885: 7), для обоих «спор о правоте Ч. Дарвина есть спор о важнейших основах бытия» (Ефремов, 2016: 202). Но Данилевский стремился опровергнуть его именно как естественник и натуралист, т. е. идя от разрушения научных оснований к сокрушению мировоззренческих выводов, а Чернышевский сразу акцентирует свое внимание в основном на философских аспектах, он вообще считает, что учение Дарвина «имеет публицистический характер», а для правильной трактовки произведений публицистики «надобно знать исторические обстоятельства, при которых возникли они, и политические мотивы, которыми они порождены»[13]. Данилевский, отметим, также иронизировал по поводу публицистического характера труда Дарвина, объясняя его популярность тем, что для успеха необходимо появиться своевременно (Данилевский, 1885: 510). Для Чернышевского дарвинизм был не более чем вариацией на тему мальтузианства, изложенной в терминологии естественных наук: «Вышло то же самое, как если бы Адам Смит принялся писать курс зоологии», – так Николай Гаврилович охарактеризовал дарвинизм в одном из писем еще в 1873 г.[14]

По мнению критиков Дарвина, опасность мировоззренческого влияния его книги заключалась в том, что из памяти не особо искушенной аудитории быстро исчезали научная составляющая и аргументация ученого, оставались только самые общие конечные выводы, которые постепенно начинали восприниматься уже в отрыве от их естественнонаучного происхождения и произвольно толковаться применительно к разным сферам. По выражению Страхова: «Ото всех книг, статей и толков о Дарвине, в умах чита-

телей, без всякого сомнения, осталось только то, что по Дарвину человек происходит от обезьяны»[15]. Вероятно, Страхов не вполне прав, так как был и второй аспект, прочно связанный в умах читателей с дарвинистской концепцией, – борьба за существование и ее необходимость для совершенствования биологических видов. Именно против признания благотворности борьбы за существование и протестовал Чернышевский.

Любопытно, что Д. И. Писарев, считавший себя соратником и последователем Чернышевского, в оценке значения и смысла учения Дарвина существенно расходился со своим учителем: если Писарев причислял себя к восторженным почитателям таланта английского естествоиспытателя, то Чернышевский являлся его последовательным критиком. Публикации Писарева о дарвинизме увидели свет более чем за 20 лет до появления статьи Чернышевского в «Русской мысли», однако сравнение взглядов Чернышевского и Писарева на теорию Дарвина представляется весьма интересным для иллюстрации феномена взаимоотношений двух поколений русской разночинной интеллигенции 1860-х гг. Молодые публицисты, считавшие себя последователями Чернышевского, своеобразно трактовали идеи старшего наставника. По меткому выражению В. К. Кантора, «он стал для них идолом, которого они всуе называли учителем, но учиться у него не хотели», а «вкладывали в его уста лишь то, что сами хотели услышать» (Кантор, 2005: 201), зачастую примитивизируя и упрощая. Расхождение во взглядах между Чернышевским и Писаревым особенно ярко проявилось в отношении идеи Дарвина о благотворности борьбы за существование.

Дарвином были описаны два направления борьбы за существование: во-первых, борьба с внешними неорганическими условиями обитания и другими видами (хищниками и паразитами); во-вторых, борьба особей одного вида друг с другом, то есть внутривидовая конкуренция. «Согласно представлениям Ч. Дарвина, именно внутривидовая конкуренция должна приводить к дивергенции и к замещению менее адаптированных форм более адаптированными» (Поздняков, 2016: 37), т. е. она является наиболее благотворным фактором для совершенствования живых существ. Этот тезис не мог не возмутить Чернышевского, ведь мироустройство, основанное на неослабевающей конкуренции, было совершенно чуждо социалистам, отталкивавшимся в своих представлениях о человеке и обществе от идеи всеобщей разумной кооперации.

Чернышевский предполагает, что ошибочность выводов Дарвина объясняется нарушением строгой научной методологии. Дарвин издавал свои труды не комплексно, а фрагментами, по мере того как прорабатывал ту или иную часть накопленного материала. Избрать такой принцип работы ученого побудили постоянные опасения за слабость своего здоровья, создававшую риск того, что его важнейшие идеи и аргументы могут просто остаться неопубликованными. Ввиду этих обстоятельств, говорит Чернышевский, Дарвин «обработал первую главу трактата, служащую предисловием к изложению его теории <...> После того, т. е. с 1868г. до конца жизни, он уже только блуждал по лабиринту черновых бумаг, масса которых все разрасталась и становилась все хаотичнее»[16]. На эту же особенность работ Дарвина иронично намекает и Н. Н. Страхов в рецензии на «Дарвинизм» Данилевского. Он пишет, что Данилевскому для четкого объяснения читателю самого предмета будущего разговора в начале своего труда пришлось «изложить Дарвиновы мысли во всей точности, почти везде его собственными словами, только в лучшем порядке»[17].

По мнению Чернышевского, Дарвин претендовал на глобальный обобщающий характер своего труда, а между тем оставил недоработанными его ключевые мысли: «Тратил годы за годами в исследованиях, бесполезных для разъяснения коренной задачи, и, подавляемый массой этой ненужной работы, не имел досуга вникнуть с должным вниманием в существенные вопросы своего труда»[18]. Именно то, за что Чернышевский критиковал Дарвина, заставляло Писарева восторгаться его основательностью как ученого: «Кажется, он шутить не любит, когда принимается за какое-нибудь изучение; придется потратить на голубей пять лет жизни – он так и сделает; понадобится десять – он и десять положит; а ведь не только голуби, но даже все домашние животные составляют только крошечный уголок того громадного мира явлений, который охвачен и в значительной степени разъяснен светлыми идеями Дарвина»[19]. Если Чернышевский упрекает автора «Происхождения видов» за отсутствие системных обобщений, то Писарев, напротив, с одобрением замечает, что «широких-то теоретиков много найдется, но зато теории их подбиты ветром и лопаются, как мыльные пузыри. А кто таким образом изучает голубей, тот уж ни одного слова не говорит на ветер»[20].

Чернышевский (как, отметим, и большинство даже самых яростных антидарвинистов) отдавал должное личным качествам

оппонента, отмечая, что Дарвину свойственны «неутомимое трудолюбие, безусловная добросовестность, искреннейшая скромность, доброжелательнейшая готовность признать чужие заслуги, отдавать полную справедливость трудам соперников, кротость незлобивой души, непоколебимая никакими нападениями врагов», и подчеркивая, что эти прекрасные качества «возбуждают во всяком честном человеке уважение к его труду»[21]. Однако эти качества не искупали того, что, по мнению Чернышевского, уму Дарвина была свойственна «ребяческая наивность», его методология – «клочки оптимистической философии в популярной переделке»[22], наивный оптимизм его проявляется в том, что ученый хочет объяснить полезность того, что на самом деле вредно, и утверждает, что под влиянием постоянного давления напряженной конкурентной борьбы виды могут совершенствоваться и приобретать более высокую организацию. Между тем как, по мнению Чернышевского, такое постоянное давление приводило бы истощению сил, не к совершенствованию, а к стремительной деградации, следовательно, «история тех кусочков протоплазмы или одноклеточных организмов, которые были первыми предками высокоорганизованных существ, и история следующего ряда предков этих существ шла в направлении противоположном действию естественного отбора, под влиянием какой-то силы или комбинации сил, противоположной ему и перевешивавшей его»[23].

Не называя конкретно те силы, которые он в данном случае имеет в виду, автор теории разумного эгоизма завершает статью пассажем, который свидетельствует о том, что наивно-оптимистический склад ума не был чужд и ему самому, а не только его оппоненту: «Все силы, повышающие организацию, – те силы, которые имеют благоприятное влияние на жизнь индивидуального органического существа, – содействуют хорошему ходу функций его организма и, если это существо имеет способность ощущения, возбуждают в нем своим действием ощущения физического и нравственного благосостояния, довольства жизнью и радости». В этом утверждении еще ярче проявляется разница в картине мира, представавшей перед мысленным взором Чернышевского и его более радикальных последователей. Мир, в котором все против всех и единственная движущая сила развития – всеобщая агрессия, Чернышевского, человека, по выражению Н. Бердяева, «очень кроткого», человека, в характере которого «были черты святости» (Кантор, 2005: 225), просто ужасала. Писарев же, напро-

тив, с нескрываемым упоением рисует, как «огромное большинство органических существ вступает в мир, как в громадную кухню, где повара ежеминутно рубят, потрошат, варят и поджаривают друг друга; попавши в такое странное общество, юное существо прямо из утробы матери переходит в какой-нибудь котел и поглощается одним из поваров; но не успел еще повар проглотить свой обед, как он уже сам, с недожеванным куском во рту, сидит в котле и обнаруживает уже чисто пассивные достоинства, свойственные хорошей котлете»[24]. В мировоззрении Писарева идея естественного отбора, в котором выживает сильнейший и сохраняется только лучшее, очевидно, служила неким псевдонаучным базисом для его социальных взглядов, выраженных в статье «Схоластика XIX в.»: «Что выдержит удар, то годится; что разлетится вдребезги, то хлам: во всяком случае – бей направо и налево, от этого вреда не будет и не может быть»[25].

Важно отметить тот факт, что идеи Чернышевского, высказанные в публицистической форме и не претендующие на значение строго научных возражений против дарвинизма, имели апологетов и в научной среде. Идею о том, что значимым фактором эволюционного процесса является не только конкуренция, но и кооперация, высказал еще в 1879 г. ихтиолог профессор К. Ф. Кесслер. Впоследствии эту же идею развивал философ и естествоиспытатель П. А. Кропоткин, настаивавший на том, что внутривидовая взаимопомощь является стимулом эволюции гораздо более мощным, чем борьба за существование. Многократно переиздававшаяся книга П. А. Кропоткина «Взаимная помощь как фактор эволюции» вызвала многочисленные дискуссии в научных кругах (Трапезов, 2009).

**Заключение**

Рассматривая публицистическую дискуссию XIX в. о дарвинизме, можно не только выявить глубокую взаимосвязь между мировоззренческими установками ученых и публицистов и их теоретико-биологическими взглядами, но и отметить выраженное влияние на формирование научных концепций политических позиций того или иного полемиста. Признание разумности и целесообразности устройства природы столь же органично для представителей русского политического консерватизма, сколь неприемлема идея благотворности биологической борьбы за су-

ществование для социалистов или анархистов. Каждое общественно-политическое направление обращалось к вопросам естественных наук с целью просвещения читателей и выявления научной истины, но умышленно или неосознанно делало научную популяризацию в некоторой степени инструментом пропаганды своей политической доктрины. И можно с уверенностью сказать, что вовлеченность научной популяризации в политический дискурс, которую с обеспокоенностью констатируют современные ученые (Лисаченко, 2018), имеет долгую и разнообразную предысторию в процессе развития русской журналистики.

**Примечания**

[1] «Обезьяний процесс: школьница против эволюции» // РИА: Новости. Режим доступа: https://ria.ru/society/20070222/61128912.html (дата обращения: 15.04.2018).

[2] «РАН атакует РПЦ» // Газета.ru. Режим доступа: https://www.gazeta.ru/2007/07/23/oa_245042.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[3] *Страхов Н. Н.* Рец. на кн. Н. Я. Данилевского «Дарвинизм. Критический разбор» // Гражданин. СПб, 1886. № 25.

[4] Там же.

[5] Там же.

[6] *Тимирязев К. А.* Опровергнут ли Дарвинизм? // *К. А. Тимирязев.* Избр. соч.: в 4 т. М.: ОГИЗ-СЕЛЬХОЗГИЗ, 1948. Режим доступа: http://az.lib.ru/t/timirjazew_k_a/text_1887_oprovergnut_li_darvinist.shtml (дата обращения: 17.04.2018).

[7] Там же.

[8] Там же.

[9] Там же.

[10] *Страхов Н. Н.* Всегдашняя ошибка дарвинистов // Русский вестник. 1887. № 11. Режим доступа: http://az.lib.ru/s/strahow_n_n/text_1887_oshibka.shtml (дата обращения: 16.04.2018).

[11] Там же.

[12] Там же.

[13] *Чернышевский Н. Г.* Происхождение теории благотворности борьбы за жизнь // Русская мысль. М., 1888. № 9. С. 79–114. Режим доступа: http://az.lib.ru/c/chernyshewskij_n_g/text_0450.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[14] *Чернышевский Н. Г.* Чернышевский в Сибири: Переписка с родными. СПб: Тип. М. О. Вольфа, 1913. Т. 1. С. 69–71.

[15] *Страхов Н. Н.* Рец. на кн. Н. Я. Данилевского «Дарвинизм. Критический разбор» // Гражданин. СПб, 1886. № 25.

[16] *Чернышевский Н. Г.* Происхождение теории благотворности борьбы за жизнь // Русская мысль. М., 1888. № 9. С. 79–114. Режим доступа: http://az.lib.ru/c/chernyshewskij_n_g/text_0450.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[17] *Страхов Н. Н.* Рец. на кн. Н. Я. Данилевского «Дарвинизм. Критический разбор» // Гражданин. СПб, 1886. № 25.

[18] *Чернышевский Н. Г.* Происхождение теории благотворности борьбы за жизнь // Русская мысль. М., 1888. № 9. С. 79–114. Режим доступа: http://az.lib.ru/c/chernyshewskij_n_g/text_0450.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[19] *Писарев Д. И.* Прогресс в мире животных и растений // Русское слово. 1864. № 4. Режим доступа: http://az.lib.ru/p/pisarew_d/text_1864_progress.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[20] Там же.

[21] *Чернышевский Н. Г.* Происхождение теории благотворности борьбы за жизнь // Русская мысль. М., 1888. № 9. С. 79–114. Режим доступа: http://az.lib.ru/c/chernyshewskij_n_g/text_0450.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[22] Там же.

[23] Там же.

[24] *Писарев Д. И.* Прогресс в мире животных и растений // Русское слово. 1864. № 4. Режим доступа: http://az.lib.ru/p/pisarew_d/text_1864_progress.shtml (дата обращения: 15.04.2018).

[25] *Писарев Д. И.* Схоластика XIX века // Соч.: в 4 т. Том 1. Статьи и рецензии 1859–1862. М.: Гос. изд-во худож. литературы, 1955. Режим доступа: http://az.lib.ru/p/pisarew_d/text_0120.shtml (дата обращения: 18.04.2018).

**Библиография**

«Дарвинизм» Н. Я. Данилевского в оценке русских философов, историков и теоретиков биологии // Lethaea rossica. 2016. Т. 12. С. 47–62.

*Данилевский Н. Я.* Дарвинизм. Критическое исследование. Петербург: Издание М. Е. Комарова, 1885.

*Данилевский Н. Я.* Россия и Европа. Взгляд на культурные и политические отношения славянского мира к романо-германскому. М.: Ин-т русской цивилизации, 2008.

*Ефремов А. В.* Климент Тимирязев как критик Данилевского // Творческое наследие Николая Яковлевича Данилевского и его значение для научной мысли России и Крыма: мат-лы междунар. науч.-практ. конф. (г. Симферополь, 21–23 мая 2015 г.) / редкол.: *Буренков А. В., Семыкин В. А.* и др. Курск: Изд-во Курск. гос. сельскохоз. акад., 2016. С. 201–206.

*Кантор В. К.* Христианский пафос Николая Чернышевского: срубленное «древо жизни» российской судьбы // Очерки русской культуры XIX в. Т. 5. Художественная литература. Русский язык. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005. С. 186–234.

*Лисаченко Д. А.* Научно-популярное медиапространство: взгляд снизу // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матлы 57-го междунар. форума (19–20 апреля 2018 г.): в 2 т. / отв. ред. *В. В. Васильева*. 2018. № 2. Т. 1. СПб: Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2018. С. 109–110.

*Лишевский В. П.* Ученые – популяризаторы науки. М.: Знание, 1987. Режим доступа: http://n-t.ru/ri/ls/up04.htm (дата обращения: 21.04.2018).

*Назаров В. И.* Эволюция не по Дарвину: смена эволюционной модели. М.: КомКнига, 2005.

*Поздняков А. А.* Теоретико-биологические представления Н. Я. Данилевского // Lethaea rossica. 2016. Т. 12. С. 33–46.

*Сорокин Ю.* Д. И. Писарев // Соч.: в 4 т. Том 1. Статьи и рецензии 1859–1862. М., Гос. изд-во худож. литературы, 1955. Режим доступа: http://www.classic-book.ru/lib/sb/book/100 (дата обращения: 18.04.2018).

*Транезов О. В.* Дарвинизм и уроки российской практической селекции // Вестн. ВОГиС. 2009. Том 13. № 2. С. 249–297.

## Notes

Chernyshevskiy N. G. (1888) Proiskhozhdenie teorii blagotvornosti bor'by za zhizn' [Genesis of the Theory of Beneficial Effects of Struggle for Life]. *Russkaya mysl'* 9. Pp. 79–114. Available at: http://az.lib.ru/c/chernyshewskij_n_g/text_0450.shtml (In Russian)

Chernyshevskiy N. G. (1913) *Chernyshevskiy v Sibiri: Perepiska s rodnymi.* [Chernyshevsky in Siberia: Correspondence with Relatives] SPb.: Tip. M. O. Vol'fa, T. 1. Pp. 69–71. (In Russian)

«Obez'yaniy protsess: shkol'nitsa protiv evolyutsii» [The Monkey Process: a Schoolgirl against the Theory of Evolution]. *RIA: Novosti*. Available at: https://ria.ru/society/20070222/61128912.html (In Russian)

Pisarev D. I. (1864) Progress v mire zhivotnykh i rasteniy [Progress in the World of Animals and Plants]. *Russkoe slovo* 4. Available at: http://az.lib.ru/p/pisarew_d/text_1864_progress.shtml (In Russian)

Pisarev D. I. (1955) *Skholastika XIX veka. Tom 1. Stat'i i retsenzii 1859-1862* [Scholasticism of the 19th century. Vol. 1. Articles and reviews of 1859-1862]. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo khudozhestvennoy literatury. Available at: http://az.lib.ru/p/pisarew_d/text_0120.shtml (In Russian)

«RAN atakuet RPTs» [The Academy of Sciences Attacks the Russian Orthodox Church]. *Gazeta.ru* Available at: https://www.gazeta.ru/2007/07/23/oa_245042.shtml (In Russian)

Strakhov N. N. (1886) Retsenziya na knigu N. Ya. Danilevskogo «Darvinizm. Kriticheskiy razbor» [A Review of N. Danilevsky's book "Darwinism: A Critical Analysis"]. *Grazhdanin* 25. (In Russian)

Strakhov N. N. (1887) Vsegdashnyaya oshibka darvinistov [Darwinists' Constant Mistake]. *Russkiy vestnik* 11. Available at: http://az.lib.ru/s/strahow_n_n/text_1887_oshibka.shtml (In Russian)

Timiryazev K. A. (1948) Oprovergnut li Darvinizm? [Is Darwinism Disproved?]. Moscow: OGIZ – SEL'KHOZGIZ Publ. Available at: http://az.lib.ru/t/timirjazew_k_a/text_1887_oprovergnut_li_darvinist.shtml (In Russian)

## References

«Darvinizm» N. Ya. Danilevskogo v otsenke russkikh filosofov, istorikov i teoretikov biologii ["Darvinism" by N. Danilevsky in the Assessment of Russian Philosophers, Historians and Biology Theorists] (2016). *Lethaea rossica* 12. Pp. 47–62. (In Russian)

Danilevskiy N. Ya. (1885) *Darvinizm. Kriticheskoe issledovanie.* [Darvinism. A Critical Analysis]. Peterburg: Izdanie M. E. Komarova. (In Russian)

Danilevskiy N. Ya. (2008) *Rossiya i Evropa. Vzglyad na kul'turnye i politicheskie otnosheniya slavyanskogo mira k romano-germanskomu.* [Russia and Europe. A Glance at the Cultural and Political Attitudes of the Slavic World to

the Romano-Germanic One]. Moscow: Institut russkoy tsivilizatsii. (In Russian)

Efremov A. V. (2016) Kliment Timiryazev kak kritik Danilevskogo [Kliment Timiryazev as a Critic of Danilevsky]. In *Tvorcheskoe nasledie Nikolaya Yakovlevicha Danilevskogo i ego znachenie dlya nauchnoy mysli Rossii i Kryma: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (g. Simferopol', 21–23 May 2015 g.)* [Creative Legacy of Nikolai Danilevsky and Its Significance for Scientific Thought in Russia and Crimea: proceedings of the International Research-to-Practice Conference (Simferopol, May 21–23, 2015]. Kursk: Kurskaya gosudarstvennaya sel'skokhozyaystvennaya akademiya Publ. Pp. 201–206. (In Russian)

Kantor V. K. (2005) Khristianskiy pafos Nikolaya Chernyshevskogo: srublennoe «drevo zhizni» rossiyskoy sud'by [The Christian Pathos of Nikolai Crenyshevsky: the Cut Down "Tree of Life" of Russian Fate]. In *Ocherki russkoy kul'tury XIX v. T. 5. Khudozhestvennaya literatura. Russkiy yazyk* [Essays on 19th Century Russian Culture. Vol. 5. Literary Fiction. Russian Language]. Moscow: Mosk. Univ. Publ. Pp. 186–234. (In Russian)

Lisachenko D. A. (2018) Nauchno-populyarnoe mediaprostranstvo: vzglyad snizu [Popular Science Media Scene: Bottom View]. In *Vek informatsii. Media v sovremennom mire. Peterburgskie chteniya: mater. 57-go mezhdunar. foruma (19–20 aprelya 2018 g.) № 2. T. 1* [Information Age. Media in the Modern World. St. Petersburg Readings: proceedings of the 57th International Forum (April 19–20, 2018). № 2. Vol. 1]. SPb.: Vyssh. shk. zhurn. i mas. kommunikatsiy Publ. Pp. 109–110. (In Russian)

Lishevskiy V. P. (1987) *Uchenye - populyarizatory nauki.* [Scientists as Science Popularizers] Moscow: Znanie Publ. URL: http://n-t.ru/ri/ls/up04.htm (In Russian)

Nazarov V.I. (2005) *Evolyutsiya ne po Darvinu: smena evolyutsionnoy modeli.* [Evolution Alternative to Darwin: a Change of the Evolutionary Model] Moscow: KomKniga Publ. (In Russian)

Pozdnyakov A. A. (2016) Teoretiko-biologicheskie predstavleniya N. Ya. Danilevskogo [Theoretical and Biological Views of N. Danilevsky]. *Lethaea rossica* 12: 33–46. (In Russian)

Sorokin Yu. (1955) D. I. Pisarev [D. Pisarev]. In *Sochineniya v chetyrekh tomakh. Tom 1. Stat'i i retsenzii 1859–1862* [Writings in Four Volumes. Vol. 1. Articles and Reviews of 1859–1862]. Moscow: Gosudarstvennoe izdatel'stvo khudozhestvennoy literatury. Available at: http://www.classic-book.ru/lib/sb/book/100 (In Russian)

Trapezov O. V. (2009) Darvinizm i uroki rossiyskoy prakticheskoy selektsii [Darwinism and the Lessons of Russian Practical Selection]. *Vestnik VOGiS*. 13(2). Pp. 249–297. (In Russian)

Поступила в редакцию
15.05.2018

# ЭССЕ

**Ершов Юрий Михайлович,** доктор филологических наук, заведующий кафедрой телерадиожурналистики Томского государственного национального исследовательского университета, Томск, Россия; e-mail: ershov@newsman.tsu.ru

## КАКИМ МЫ ВИДИМ БУДУЩЕГО ЖУРНАЛИСТА (РАЗМЫШЛЕНИЯ О МОДЕРНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ)

*В эссе представлены результаты форсайт-исследований Томского государственного университета и других образовательных центров, прогнозирующих будущее медиапрофессий. Дан обзор монографических и диссертационных работ, посвященных системным проблемам профессиональной подготовки журналистов. Эмпирическую основу составили результаты нескольких стратегических сессий, на которых преподаватели и методисты обсуждали модернизацию образовательных программ и саму модель выпускника журфака. Обобщенный опыт перестройки учебного процесса на факультете журналистики Томского университета предлагает один из возможных путей улучшения качества подготовки кадров для вещательных компаний, при использовании которого необходимо договориться о ядре образовательных программ с другими подразделениями и учебной частью вуза, а также условиться с телекомпаниями о корпоративном заказе малых специализаций внутри профиля «телерадиожурналистика». Могут быть и иные модели выпускника, как и другие подходы к компоновке учебного плана.*

***Ключевые слова:*** *медиаобразование, образовательная программа, профессиональная специализация, телевидение, модель выпускника.*

**Yuri M. Ershov**, Doctor of Philology, Head of the Chair of Television and Radio Journalism, National Research Tomsk State University, Tomsk, Russia; e-mail: ershov@newsman.tsu.ru

## WHAT THE FUTURE JOURNALIST WILL BE LIKE (SOME SPECULATIONS ABOUT THE MODERNIZATION OF EDUCATIONAL PROGRAMS)

*The article presents the results of foresight studies conducted by Tomsk State University and other educational centers predicting the future of media professions. It provides a review of monographs and theses devoted to the systemic problems of professional training of journalists. The empirical basis was the results of several strategic sessions at which lecturers and methodologists discussed the modernization of educational programs and the actual model of a journalist graduate. The aim of*

*the research is to understand the necessity and possibilities of updating the graduate model and educational programs of faculties of journalism, to identify the obstacles in the restructuring of the educational process and the options for interdisciplinary interaction within the university. The generalized experience of restructuring the educational process at the Faculty of Journalism of Tomsk University offers one of the possible ways to improve the quality of training specialists for broadcasters, using which it is necessary to agree on the core of educational programs with other departments and the academic office of a university and also to negotiate with TV companies about the corporate order of small specializations within the profile of Television and Radio Journalism. There may be other graduate models, as well as other approaches to the arrangement of the core curriculum.*

***Key words:*** *media education, educational program, professional specialization, television, graduate model.*

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.119136*

Почему образовательные программы журфаков нуждаются в модернизации? Во-первых, медийная отрасль стремительно и кардинально меняется, и эти подчас революционные перемены сопряжены с повышенными требованиями профессионального сообщества к кадрам. Телевизионные компании хотят принимать на стажировку и на работу студентов, более подготовленных к практической работе – на цифровом ТВ, с потоковым вещанием через Интернет, к продвижению программ в социальных сетях и т. п. Во-вторых, учиться на факультет журналистики приходят представители поколения центенниалов, которые живут в этих сетях и уже не слишком жалуют полюбившееся нам когда-то давно телевидение и радио. У них свои кумиры, новые гаджеты и другой взгляд на мир, что нельзя не учитывать в настройках учебного процесса. Если нынешнее поколение не признает ТВ в каком-то виде, то у телевидения как средства массовой информации нет шансов выжить.

Есть и третья причина для модернизации образовательных программ, связанная с новыми требованиями самой системы высшего образования, которая на протяжении последних двух десятилетий находится в состоянии непрерывного реформирования и уточнения федеральных образовательных стандартов. Если мы знаем, что есть запрос отрасли и мы сами можем учить студентов лучше, а наш работодатель – Министерство образования и науки РФ – нас подталкивает к перезагрузке, странно было бы не воспользоваться таким парадом планет и не прорваться к новому качеству обучения.

Надо признать, что журналистское образование в нашей стране всегда подвергалось критике со стороны профессионального сооб-

щества журналистов, да и самих студентов. Ученые и преподаватели тоже не оставались в стороне от острых дискуссий о качестве подготовки кадров для медиаотрасли. Результаты исследований образовательных традиций и новаций осмысляются в книге Л. Г. Свитич «Журналистское образование: взгляд социолога» и в других работах этого автора (Свитич, Ширяева, 1997, 2003). Свой взгляд на образовательные программы и журналистскую педагогику у С. Г. Корконосенко и его коллег из Санкт-Петербургского государственного университета (Корконосенко, 2004). Руководители факультетов журналистики региональных вузов (Лозовский, 2007; Тулупов, 2014; Ершов, 2013, 2016) в ряде публикаций размышляют о моделях журналистского образования в цифровую эпоху, о профессиональных стандартах и профессиональных ролях журналиста.

Две докторские диссертации посвящены системным и методическим проблемам журналистского образования (Распопова, 2007; Фатеева, 2008). Московский ученый С. С. Распопова ратует за признание журналистики творческой профессией и за внедрение личностно ориентированных диалоговых подходов к подготовке журналиста. Уральский исследователь И. А. Фатеева формулирует в своей диссертации тезис о необходимой диверсификации образовательных программ. Без увеличения разнообразия программ и стандартов, – считает она, – трудно будет преодолеть разрыв между медиаобразованием и медиаотраслью, а прежняя университетская система подготовки журналистов, исчерпавшая все внутренние ресурсы развития, предстает не соответствующей требованиям времени.

Представители медиаотрасли анализируют изменения журналистики в условиях новых медиа и в связи с этим пишут о необходимых навыках журналиста и о будущем профессии (Амзин, Галустян, Гатов, Кастельс и др., 2016). Наиболее увлеченно и много об этом пишет аналитик медиа Василий Гатов, у которого есть и свой образ виртуального журфака как творческого пространства, и собственное представление о желаемом и возможном выпускнике[1].

Еще одним значимым этапом в осмыслении проблем и перспектив журналистского образования в нашей стране стали форсайт-сессии, собирающие экспертов и генерирующие прогнозы о будущем профессии. В июне 2016 г. на факультете журналистики МГУ прошла форсайт-сессия «Медиапрофессии XXI века», открывая которую декан Е. Л. Вартанова сказала: «Если индустрию не удовлетворяют учебные планы и образовательные стратегии, давайте послушаем на-

ших профессионалов-визионеров из медиа, уже показавших новые модели развития»[2]. В том же 2016 году на факультете журналистики Томского государственного университета прошел цикл стратегических сессий «Журфак 2030: модели развития» с участием представителей ряда ведущих факультетов журналистики (Мясников, 2017). Мои размышления опираются в том числе и на коллективную рефлексию московской и томской форсайт-сессий. Попробуем осмыслить возможности обновления модели выпускника и образовательных программ факультетов журналистики, выявить препятствия перестройке учебного процесса и варианты междисциплинарного взаимодействия внутри университета.

**Готовим студентов для работы на прошлом телевидении?**

Надо признать, что мы готовим студентов для работы на несуществующем рынке. То есть через четыре или пять лет то, что называют телевидением, будет совсем не похоже на то, что мы смотрели вчера. Какие-то характеристики трудно даже предугадать, но некоторые параметры будущего ТВ уже начинают проявляться. Например, очевидным становится стирание границ между линейным и нелинейным смотрением. Еще год-другой – и *Wi-Fi* роутер станет таким же домашним атрибутом, как телевизор или компьютер. Значит, пользователи уже в массовом режиме будут использовать функции, которые сегодня доступны немногим платным подписчикам: *catch up*, видеоархив, *time-shift* и мультискрин.

Телевидение будущего пропишется в интернете вещей. Человек, вероятно, станет разговаривать с телевизором, как с приятелем. Будет просить телевизор подобрать фильмы и музыку под настроение. Телевизор вберет в себя интерактивность *social media* и научится быть на одной эмоциональной волне с пользователем. Сформируются индивидуальные вещательные сетки или подписки на программы заданной тематики. Персональный канал, словно личный видеосекретарь, начнет создавать подборку передач для каждого члена семьи. Умное телевидение, адаптивное и тонко настраиваемое, вберет в себя бонусы социальных сетей с возможностью по ходу просмотра обсуждать любимые сериалы и голосовать за разные варианты развития сюжета. У зрителей появится больше возможностей для соавторства и критики.

Если новые коммуникативные качества телевизора с интерактивностью и обратной связью войдут в обиход в ближайшие пять

лет, можно уверенно прогнозировать увеличение разнообразия в способах доставки, в форматах трансляции, в программной политике и в количестве каналов, рассчитанных на нишевые аудитории. Телевидение распространится на те коммуникационные сферы, которые уже освоены соцсетями, с их растущим запросом на видеоконтент. Для телевизионного мира диверсификация есть благо, стимул конкурировать и развиваться. Но для образовательных центров уже и то многообразие моделей ТВ, которое существует сегодня, создает немалые трудности в настройке студентов на принципиально разные профессиональные модусы и форматы деятельности.

Очевидно, что репортер телеканала *Life* иначе работает, нежели корреспондент телеканала «Дождь»; у журналиста телеканала «Россия» несколько иные задачи, чем у сотрудника филиала ВГТРК в Томске или в Новосибирске. Именно поэтому проект профессиональных стандартов, предложенный Министерством труда РФ для коллективов СМИ, был воспринят профессиональным журналистским сообществом в штыки. И даже замминистра А. Волин на упомянутой форсайт-сессии в МГУ отметил, что практическим навыкам необходимо учиться по 4–6 месяцев в конкретных СМИ, ведь «в каждой редакции практическая журналистика своя»[3]. Речь идет о системе учебных, производственных и преддипломных практик, а также проектной работе студентов, которая должна быть приближена к реальным условиям работы телекомпаний, а в идеале – осуществляться на всех этапах совместно с телекомпаниями, принимающими студентов-стажеров.

К сожалению, руководство телекомпаний все еще находится в растерянности в связи с утратой монополии на домашний досуг и неизбежной потерей лидерства в рекламных оборотах. Для людей, пришедших работать на ТВ, когда это экранное искусство было в расцвете, распад многомиллионной аудитории является не только профессиональной проблемой, но нередко и личной драмой. Еще в 2008 г. К. Л. Эрнст сокрушался: «Та модель, которая была выработана и на протяжении почти 15 лет реализовывалась в российском эфире, оказалась уже съедена до корки... наступает время неотвратимой необходимости выработки новой модели доверия и заинтересованности зрителей. За 15 лет мы потеряли часть аудитории, думаю, что, к сожалению, наиболее активной и интеллектуальной»[4].

Поскольку наше телевидение последнее десятилетие занималось больше технологическим переходом к цифровому вещанию, а не

созданием новой модели контент-политики, университеты, как мы считаем, могут и должны стать инициаторами телевизионных инноваций через обновление модели выпускника. Телеканалы должны были бы заказывать нам выпускников с заданными характеристиками. Если они этого не сделали до сих пор, мы на журфаках должны заказывать моделирование телеканалов через наш главный ресурс – студентов. Нас не просили К. Л. Эрнст и О. Б. Добродеев, но мы связаны с телевидением сотнями ниточек, нам небезразлично будущее телеканалов, а тем более судьбы наших выпускников. Мы не те генералы, которые готовят солдат к прошлой войне. Нам нужно придать второе дыхание телевидению, чтобы соперничать на равных с так называемыми новыми медиа. Они новы настолько, насколько телевидение позволяет себе быть анахроничным.

**Модель выпускника журфака: улучшенная и обновленная**

Первое, что нужно сделать в университетах, – это поменять местами приоритеты. Выпускник – наш главный продукт. Не *KPI* и не индекс Хирша, а выпускник должен стоять в системе вузовских ценностей на первом месте как синтез преподавательских усилий, научных изысканий и воспитательной работы. Выпускника надо продвигать, как маркетологи и продавцы продвигают на рынке свой продукт. Выпускников надо холить и лелеять, писать им рекомендательные письма и встречаться с редакторами, которые по какому-то недоразумению не хотят принять вашего выпускника на работу. Для такого отношения нужна модель выпускника как результат совместной работы преподавателей университета и редакционных коллективов, принимающих студента на практику.

В данной публикации мы не можем дать развернутую характеристику, да и жанр эссе не допускает таких пространных описаний. Но общие подходы к моделированию выпускника вполне возможно обозначить для открытия широкой дискуссии с коллегами со столичных и региональных журфаков, которые озабочены теми же вопросами. Для наглядности модель выпускника можно сравнить с планетарной моделью атома, в центре которой находится ядро (*core educational programmes*), вокруг которого по дискретным и стационарным орбитам движутся электроны (направления или специальности и профили обучения, включая малые специализации). Принципиальным является свобода студента в выборе образовательных траекторий или орбит профессионализа-

ции, а также обязательное освоение ядра образовательных программ, общего для всех студентов вуза.

По поводу образовательного ядра нужно договариваться со всеми факультетами университета, поскольку невозможно построить общество благоденствия (то есть компетентного выпускника) в отдельно взятой стране (на одном факультете или на отдельно взятой кафедре тележурналистики). Мы считаем, что ядром должна поддерживаться идентичность выпускников как необходимая общность базовых установок, ценностей, внутренней мотивации, которая не зависит от направлений и специализаций профессиональной подготовки. Так, например, сейчас в Томском государственном университете подразделения договариваются между собой о том, чтобы обеспечить всем студентам постановку системного и критичного мышления – способности концептуального рассмотрения сложных целостностей, умения ставить новые вопросы и принимать независимые решения.

Студенты всех факультетов должны будут освоить тематические блоки, названные «Картины мира», «Критическое мышление и письмо», включающие философские учения, прикладную логику, риторику и корпус «великих книг». Главное, чтобы студент за годы учебы в университете стал личностью, самостоятельно мыслящей, умеющей реализовать творческий или научный проект, представить его публике и защитить его результаты. Способность понимать сложные тексты и вся эта интеллектуальная оснастка должна оправдать годы университетской учебы даже в том случае, если выпускник не уверен в своем таланте или, допустим, сомневается в правильности выбора профессиональных компетенций для работы сегодня.

По трудоемкости эти курсы (назовем их *ядерными курсами*) будут, наверное, не так велики в сравнении с профессиональными дисциплинами, но значение их не в зачетных единицах, а в стержне, который формируется этими предельно общими курсами. И важно, чтобы читались они не дежурными доцентами, а лучшими в своей области специалистами, профессорами с именем. И даже если в области профессиональной у выпускника что-то не будет получаться (или будет получаться не сразу), тот культурный багаж, который сформируется вокруг образовательного ядра программ, позволит молодому журналисту развиваться как личности и профессионалу.

Очень важно, чтобы студенты понимали не только ближние задачи *ядерных курсов*, но и отдаленные смыслы этих дисциплин ин-

теллектуальной оснастки. Многочисленные опросы студентов об их удовлетворенности получаемыми знаниями и умениями показывают, что самой общей и наиболее застарелой проблемой является непонимание учащимся логики учебного процесса и системы в постройках компетенций. В анкетах студенты пишут «У нас много лишних предметов». В разговорах с преподавателем студент признает, что данная дисциплина кажется ему ненужной в настоящий момент, когда более необходимы практико-ориентированные курсы. Но без понимания смыслов, задач и логики курсов обучение не может быть эффективным.

Вторым принципиальным вопросом после установления ядра образовательной программы является вопрос профессионального минимума. Что должен изучать студент-журналист и что должен уметь на выходе, чтобы оправдать 4 года обучения в бакалавриате? Думается, это должны быть знания основ журналистики, исторических этапов и современных трендов развития СМИ, правовой, этической, экономической сторон журналистской деятельности, а также профессионального инструментария журналистской работы. То есть выпускник на выходе должен уметь снимать, монтировать, писать тексты в основных журналистских жанрах и форматах, понимая, чего от него ждут в редакции и чего он ни при каких обстоятельствах делать не должен. И этих авторских умений будет достаточно для работы корреспондента не только в редакции газеты или в телекомпании, но и в пресс-службах, которые продолжают охотно брать выпускников журфака.

Если студент не готов (не выбрал для себя) или не хочет обучаться ни по одной из предлагаемых ему специализаций, у него должно быть право учиться базовой специальности «журналистика» вне всяких профилей. Это действительно должен быть свободный выбор. Быть просто журналистом, а не газетным или телевизионным журналистом – для кого-то спасение от информационных перегрузок и повышенной ответственности. Мы знаем, что в любой группе есть студенты, которые не способны освоить полностью материал курса и своей неполной вовлеченностью негативно влияют на рабочую атмосферу. Не надо никого в рай силком тащить.

У студентов должны быть разные образовательные траектории и, что принципиально, дискретные орбиты – тогда каждый из них может погрузиться в специализацию профессиональной подготовки на втором или на третьем году обучения, когда он созреет для освоения этого профиля. Необходимо упростить переходы между специализа-

циями, связанные со сдачей программной разницы. Сегодня границы журналистской профессии становятся более подвижными. Появляется много невиданных ранее профессиональных ролей и новых специализаций, что заставляет нас учить студентов не только вглубь, но и поверх профессиональных профилей. Неслучайно в 1990-е гг. возник и постепенно утверждается в методологическом сообществе термин *трансфессионал* или *надпрофессионал*.

Действительно, телевизионной журналистике сегодня нужны и узкие специалисты, например в моушн-дизайне или в режиссировании звука, и универсалы, работающие в зонах конвергенции медийных платформ. Но узкие специалисты, чтобы быть востребованными, должны постоянно совершенствовать свои умения и знания: осваивать программы 3*D*-графики, изучать новые дроны или камеры для экстремальных съемок, участвовать в конкурсах профессионального мастерства. В таком случае они становятся не такими уж узкими специалистами. «Лучшие трансфессионалы – это специалисты, твердо стоящие на ногах в своей начальной профессии, но постоянно выходящие за ее пределы, чтобы обогатить ее знаниями и технологиями из других профессиональных областей <... > трансфессиональность – это не альтернатива специализации, которую никто не отменяет. Это альтернатива стагнации и закрытости в профессиональной деятельности»[5].

Что касается малых специализаций (мы называем их майнорами от англ. *minor*) внутри профиля профессиональной подготовки, их может быть столько, сколько заказали ваши партнерские телекомпании. Если ГТРК «Томск», например, испытывает острую потребность в продюсерах тематических программ, а другая наша телекомпания «Томское время» – в ведущих и в научных обозревателях, эти майноры будут объявлены на ближайшие два года, после чего может появиться новая конфигурация малых специализаций. В этом плане необходимо выстраивать отношения кафедры и телекомпании как отношения подрядчика и заказчика. Да, телекомпания не платит вузу за выпускников, но она принимает или не принимает на работу недавнего нашего студента, что может интерпретироваться как акт сдачи-приемки. Вуз тоже не платит телекомпании за прием на практику студентов, хотя это всегда сопряжено с отвлечением штатных сотрудников редакции от их производственных задач. В то же время все производственные практики (и летние, и внутрисеместровые) могут трактоваться как предпродажная шлифовка талантов.

Эффективность подготовки кадров для телевидения наполовину зависит от системности в организации летних стажировок, внутрисеместровых практик и проектной работы студента. Мы заметили, что первокурсники испытывают наибольший энтузиазм в освоении профессионального инструментария. И если с первых месяцев занятий им не создать условия для выполнения простых в творческом плане проектов, в ходе которых они научатся обращаться с камерами, микрофонами, редакторскими программами, то это продуктивное время для обучения *media tools* будет безнадежно упущено. А в других семестрах у студентов уже нет той бешеной мотивации сделать сейчас же телевизионный продукт своими руками.

Вовлекая друг друга в проектную деятельность, первокурсники учатся взаимодействовать в микроколлективах, учатся проектному менеджменту и командной работе. И нарабатывают портфолио, которое и будет основанием для поступления в группу телевизионной специализации, формируемую в начале третьего семестра. Раньше первокурсницы приходили и рассказывали, как страстно они хотят работать на телевидении, что не представляют себе жизни без телеэкрана и готовы забрать документы, если их не зачислят в телевизионную группу. Теперь нет никаких кастингов и неизбежных при этом ошибок. Студенты сами делают выбор профессиональной специализации на основе творческих папок. Если на первом курсе не удалось сделать нескольких сюжетов и мини-фильмов, достойных эфира, нет и оснований учиться в группе телевизионной специализации.

Когда на факультете создана творческая среда, в которой студенту стыдно ничего не делать, даже самый отъявленный прогульщик волей-неволей будет вовлечен в проектную деятельность или вынужден отчислиться, потому что выбрал себе подготовку не по зубам. В то же время творческая среда становится важным ресурсом личностного роста и профессионализации студентов. Поварившись несколько лет в творческом котле и сделав самостоятельно несколько проектов, выпускник готов к практической деятельности без дополнительного обучения или переподготовки. Как правило, он может сразу влиться в редакционный коллектив или работать на фрилансе, создавать собственные команды и медийные проекты. По сути дела мы за годы учебы обеспечили ему не только внушительную творческую папку, но и необходимый для хорошего старта стаж профессиональной деятельности.

Итак, наше видение модели выпускника – это широкая гуманитарная культура, развитое критическое мышление, владение журналистским инструментарием, знание аудитории, а также умение работать в команде. Является ли эта модель принципиально новой для системы профессиональной подготовки журналистов в университетах? Нет, правильнее назвать ее уточненной или обновленной по некоторым параметрам. Мы всегда стремились выпускать думающего журналиста, готового еще со студенческой скамьи к практической деятельности на условиях полной занятости.

И с удовлетворением констатируем, что наше понимание ничуть не расходится с образом выпускника Московского государственного университета – флагмана нашего образования. Е. Л. Вартанова пишет: «Наша главная задача – подготовка широкообразованного, компетентного профессионала, хорошо разбирающегося в реалиях российского общества, уважающего родную культуру и традиции и при этом свободно чувствующего себя в условиях цифровой медиареволюции» (Вартанова, 2016). Полагаем, что и на других российских факультетах журналистики осмысление и обсуждение модели выпускника может привести к чему-то подобному. Пути могут быть разные, а желаемый результат – один.

**Так мы все вышли из гоголевской шинели или еще не вышли?**

Традиционно факультеты журналистики формировались в лоне филологических факультетов, в своих образовательных программах содержат большие объемы курсов по истории отечественной и зарубежной литературы, русскому языку, а в диссертационные советы включают филологов. Эта наша российская особенность, которая оценивается сегодня неоднозначно. С одной стороны, филологическая культура, бесспорно, очень важна для авторской работы в журналистике – в качестве литературного сотрудника, корреспондента или редактора. С другой стороны, в журналистике есть иные направления работы и другие профессиональные роли (режиссер, продюсер, медиаменеджер), для которых филологические знания и умения уже не являются критической технологией, а более значимы, допустим, экономическое мышление и управленческая мысль, понимание общественных и аудиторных процессов.

Надо заметить, что у университетов разные возможности и условия обучения. Если в каком-то вузе сильная школа социологи-

ческих исследований, но невыразительная кафедра экономики, не нужно уравнивать их в правах по формированию ядерных компетенций бакалавров. Пусть социологи играют первую скрипку и задают тон в формировании критического мышления и картины мира. Это все должно решаться на открытом общеуниверситетском конкурсе программ курсов. Если хваленая программа социологов нам не понравится, а программа курса поведенческой экономики, напротив, будет отвечать представлениям руководителей образовательных программ о современном знании, выберем для наших бакалавров то, что современно и востребовано профессиональным сообществом.

Российские университеты стараются из всех сил продвинуться в предметных рейтингах (такая задача поставлена правительством). Но предметная область *communication & media studies* проходит в *QS* по части социальных наук, а не *arts & humanities*. И факультетам журналистики, с их филологической и гуманитарной основой, трудно продвигаться в чужих областях. Видимо, надо как-то уравнивать в правах и объемах преподавания филологию с общественными дисциплинами. Но делать это нужно очень неспешно, предельно аккуратно и бережно по отношению к преподавателям и традициям. Как вариант – и это обсуждается на нашем факультете – может быть не прежняя традиционная лингвистика, исполняемая преподавателями филфака, а социолингвистика, психолингвистика или компьютерная лингвистика.

В связи с этим нельзя не затронуть вопрос владения родным языком и элементарной грамотности студентов (выпускников), которая все чаще и все острее критикуется журналистским сообществом и аудиторией. Мы убеждены, что вопрос этот не решается простым увеличением часов, отводимых в бакалавриате на курс русского языка. Проблема зависит от множества факторов, среди которых падение качества школьного образования, ухудшение отбора абитуриентов, отказ молодежи от чтения сложных художественных произведений, изменение социокультурной практики чтения и т. д. Соответственно, и решать проблему грамотности журналистской речи надо комплексно, тестируя абитуриентов *на входе* и создавая в студенческой среде моду на правильную речь и на нетерпимость к ошибкам. Нужно создать у студентов стимулы к изучению языка как одного из важнейших инструментов их профессиональной деятельности. Если студент будет мотивирован на это, даже небольшие по объему языковые курсы будут эффективны.

Мы знаем, что и на других факультетах журналистики активно обсуждается концепция преподавания русского языка. В этих дискуссиях подтверждается, что обучение языковым компетенциям не может и не должно повторять преподавание русского языка на филологическом факультете, но обязано учитывать практическую ориентированность журфака и формировать отношение к языку как к инструменту.

Также мы считаем правильным сместить акценты в преподавании литературных курсов. Проблема не только в том, что они велики в почасовых объемах (с этим связана сложность дизайна образовательных программ), но и в подходах преподавателей филологического факультета, которые требуют от студентов прочтения всех текстов, включенных ими в список обязательных. (Не о чем разговаривать с тем, кто не прочитал «Бедную Лизу»). Расчеты времени показывают, что прочитать все практически невозможно, а ведь студент должен еще заниматься изучением других предметов, журналистской практикой, спортом и т. д.

Принципиально возможный и физиологически здоровый объем текстов для освоения составляет не более 10 000 страниц в год. Но тогда расчет должен быть сделан не на обработку большого массива данных, как теперь, а на анализ текста и на умение интерпретировать замысел автора. Если студент в течение семестра научится литературному анализу на материале двух-трех произведений, другие произведения той же эпохи он сможет изучить самостоятельно в свободное от учебы время. Надо понять, что обязательные к прочтению списки из десятков авторов и сотен произведений не делают студента литературно искушенным или умелым. Это простая начитанность, в то время как более востребована компетентность в работе с текстом. Быть начитанным хорошо, но, если это мешает получению аналитических и критических компетенций, лучше переформатировать списки обязательных к прочтению произведений.

Здесь же можно поставить вопрос и о научных методологиях, используемых в студенческих, аспирантских и кафедральных исследованиях. Судя по выступлениям на конференциях и публикациям в факультетских журналах, это чаще всего текстовый, жанровый или дискурсивный анализ. Редко используется междисциплинарный подход и разработка собственных методов сбора эмпирических данных. Это приводит к изоляционизму и невовлеченности наших научных изысканий в глобальный исследовательский контекст, хотя

перед ведущими российскими университетами как раз поставлена задача стать международными. М. И. Макеенко определяет эту проблему как «ограниченность отечественного научного (корректнее охарактеризованного как «академический») дискурса, сконцентрированного на журналистике и редко выходящего за пределы филологических и нормативных подходов» (Макеенко, 2017). Филологический подход в журналистской науке может быть продуктивным, но замыкаться на одних только медиатекстах, дискурсах и нарративах недальновидно.

С кем же «дружить семьями», культурными кодами каких специальностей и направлений профессиональной подготовки осуществлять «перекрестное опыление» студентов? Ответ на этот вопрос зависит, как уже было показано на примере экономистов и социологов, от конкретных условий и возможностей данного образовательного центра. Нам, в Томском государственном университете, хотелось бы создать содружество творческих профессий, где студенты-журналисты могли бы постоянно общаться и образовывать проектные группы с дизайнерами, музыкантами, режиссерами. Что касается подготовки кадров для телевидения, не придумаешь ничего полезнее коллабораций с кинематографом. На факультете журналистики должен быть центр документального кино. Мы понимаем, что в кино и операторская работа, и монтаж, и режиссура другие, нежели на телевидении или у видеоблогеров на *YouTube*. Но студентам важно расширить горизонты профессионального сознания. Плох солдат, который не мечтал стать генералом. И плох телевизионный журналист, который ни разу в жизни не пробовал снять кино.

Для расширения горизонтов профессионального сознания важно с первых дней обучения знакомиться с новейшими трендами развития СМИ, с самыми передовыми медиапрактиками, с моделирующими медиаландшафт телекомпаниями и с работами лучших в своей области журналистов и продюсеров. Все это должны постоянно обсуждать преподаватели кафедры телерадиожурналистики, возможно на методических семинарах. Сегодняшний студент едва ли пройдет стажировку на Би-би-си или на *Euronews*, тем не менее надо все время обновлять реестр лучших медийных практик. Таким образом мы создаем у студента представление о многообразии профессиональных стандартов, к которым нужно стремиться и только овладев которыми можно стать конкурентоспособным профессионалом. По меньшей мере, студент поймет, зачем ему языки изучать.

**Выводы и дискуссия**

Так что же мешает нам перестроить журналистское образование? Если суммировать основные помехи предельно коротко, то это конформизм, изоляционизм и инертность. И больше всего – страх перед реформами, которые не раз приводили к ухудшению жизни. Система российского образования с 1990-х гг. находится в непрерывной реформации, и это действительно привело к чрезмерной бюрократизации вузовской жизни и засилию имитационных моделей. Многие остались верны стратегии выживания и предпочитают быть незаметными, не думая о росте и развитии. Проще создать в вузе гринфилд и с нуля запустить научный и образовательный процесс, чем мотивировать старую гвардию на перестройку учебного процесса.

Чтобы провести кардинальные изменения в учебных планах, надо заручиться поддержкой ректората и учебной части. В тех вузах, где ректор смотрит на журфак как на воронью слободку (денег и показателей от этого подразделения мало, а проблем и хлопот с ним много), эксперименты с перестройкой учебного процесса вряд ли будут поддержаны. Так ведь мало перестроить базовую и вариативную часть профессиональной программы. Нужно договариваться об изменениях в ядре образовательных программ с другими факультетами, а это уж точно без деятельного участия руководителей вуза не осуществить. Журналисты могут быть застрельщиками инноваций, но одни они этот груз не вынесут. Реформа же всегда результат переговоров и соглашений, компромисс между администрацией и руководством факультетов.

Нельзя не упомянуть о федеральных государственных образовательных стандартах, которыми преподаватели пугают друг друга. ФГОС 3++, который сейчас вводится, предоставляет университетам большую свободу в формировании учебных планов. Это действительно компетентностные стандарты, которые не диктуют, сколько часов истории нужно прочитать для формирования исторического мышления. Там обозначены компетенции, которые можно формировать при помощи разных дисциплин. «Проблема в том, что наши университеты этим не пользуются, им проще работать по накатанной. Они часто объясняют свою инертность стандартами Минобрнауки, но на самом деле это не так»[6]. Наконец, у федеральных и исследовательских университетов есть право разработать собственные образовательные стандарты, как это уже сделали Московский и Санкт-Петербургский университеты.

На самом деле ничего непреодолимого нет и профессиональную подготовку журналистов можно осовременить, тонко настроив ее на запросы медиаотрасли и на наше собственное видение будущего медиапрофессий, а также на те экспертные прогнозы, которые мы получаем в форсайтных исследованиях. Это в большой степени вопрос политической воли.

### Примечания

[1] *Гатов Василий.* Виртуальный журфак. Заметки о профессиональном образовании. 2013. Режим доступа: http://mediahubble.ru/blog/Media/130/Virtualnyj-zhurfak-Zametki-o-professionalnom-obrazovanii.html

[2] Форсайт-сессия «Медиапрофессии XXI века». Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/about/news/19099/

**3** Там же.

[4] Люди ждут новых слов. Руководители телеканалов подводят итоги телесезона-2007/08 специально для «Ъ». Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/908232

[5] *Галажинский Э. В.* О профессии и трансдисциплинарности. Режим доступа: http://www.tsu.ru/university/rector_page/o-transfessii-i-transditsiplinarnosti-chast-2/

[6] *Андрей Щербенок*. Наша интенсивность всех шокирует. Режим доступа: https://indicator.ru/article/2018/03/06/intervyu-andrej-sherbenok-yumgu/?utm_source=fbsharing&utm_medium=social

### Библиография

*Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О., Хаак Б. ван дер*. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. ред. *С. Балмаевой* и *М. Лукиной*. Екатеринбург: Гуманитар. ун-т, 2016.

*Вартанова Е. Л.* Современный журналист в представлениях общества // МедиаАльманах. 2016. № 2. С. 8–10.

*Ершов Ю. М.* Чему и как учить будущего журналиста? // МедиаТренды. 2013. № 4 (41).

*Ершов Ю. М.* Модели журналистского образования в цифровую эпоху // Журналистский ежегодник. 2016. № 5.

*Корконосенко С. Г.* Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004.

*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.

*Лозовский Б. Н.* Журналистика: профессиональные стандарты. Екатеринбург. 2007. Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1618/1/1323207.pdf

*Мясников И. Ю.* «Журфак–2030»: возможно ли невозможное? Стратегические сессии по вопросам профессионального образования на факультете журналистики Томского государственного университета // Вопросы журналистики. 2017. № 2.

*Распопова С. С.* Журналистское творчество: теория и практика освоения: дисс. ... докт. филол. наук. М., 2007.

*Свитич Л. Г., Ширяева А. А.* Журналистское образование: взгляд социолога. М.: Изд-во Икар, 1997.

*Свитич Л. Г., Ширяева А. А.* Проблемы подготовки журналистов (Итоги социологического исследования). Ч. 1 // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2003. № 6. С. 7–18.

*Тулупов В. В.* Профессия журналиста: стандарты, роли, деформации // RELGA. 2014. №12 [285]. Режим доступа: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=4018&level1=main&level2=articles

*Фатеева И. А.* Журналистское образование в России: теория, история, современная практика: дисс. ... докт. филол. наук. Екатеринбург, 2008.

## Notes

Forsait Sessiya “Media Professii XXI veka”. [Foresight Session “Media Professions of the 21st Century”]. Available at: http://www.journ.msu.ru/about/news/19099/ (In Russian)

Galazhinski E. V. O professii i transdisciplinarnosti. [On Profession and Transdisciplinarity]. Available at: http://www.tsu.ru/university/rector_page/o-transfessii-i-transditsiplinarnosti-chast-2/ (In Russian)

Gatov V. Virtual’nyy zhurfak. Zametki o professional’nom obrazovanii. 2013. [Virtual Faculty of Journalism. Notes on Professional Education]. Available at: http://mediahubble.ru/blog/Media/130/Virtualnyj-zhurfak-Zametki-o-professionalnom-obrazovanii.html (In Russian)

Lyudi zhdut novykh slov. Rukovoditeli telekanalov podvodyuat itogi telesezona 2007/2008 specialno dlya Kommersanta [People Need New Words. Heads of Television Channels Are Summing up the 2007/2008 Television Season Specially for Kommersant]. Available at. https://www.kommersant.ru/doc/908232 (In Russian)

Shcherbenok A. Nasha intensivnost vsekh shokiruet. [Our Intensity Shocks Everyone]. Available at: https://indicator.ru/article/2018/03/06/intervyu-andrej-sherbenok-tyumgu/?utm_source=fbsharing&utm_medium=social (In Russian)

## References

Amzin A., Galustyan A., Gatov V., Castells M., Kulchitskaya D., Loseva N., Parks M., Paranko S., Silantieva O., Haak B. van der (2016) *Kak novyye media izmenili zhurnalistiku. 2012—2016.* How New Media Changed Journalism. 2012—2016. Ekaterinburg: Humanitarian University. (In Russian)

Ershov Yu. M. (2013) Chemu i kak uchit' budushchego zhurnalista? What and How to Teach the Future Journalist? *Mediatrendy* 4 (41). (In Russian)

Ershov Yu. (2016) Modeli zhurnalistskogo obrazovaniya v tsifrovuyu epokhu Models of Journalism Education in the Digital Age. *Zhurnalistskiy ezhegodnik* 5. (In Russian)

Fateeva I. A. (2008) *Zhurnalistskoye obrazovaniye v Rossii: teoriya, istoriya, sovremennaya praktika: dis. ... dokt. filol. nauk*. Journalism Education in Russia: Theory, History, Modern Practice: Dr. philol. sci. diss. Ekaterinburg. (In Russian)

Korkonosenko S. G. (2004) *Prepodayem zhurnalistiku. Professional'noye i massovoye mediaobrazovaniye* [Teaching Journalism. Professional and Mass Media Education]. Saint Petersburg. (In Russian)

Lozovski B. N. (2007) *Zhurnalistika: professional'nyye standarty.* [Journalism: Professional Standards]. Ekaterinburg. Available at: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1618/1/1323207.pdf (In Russian)

Makeenko M. I. (2017) Razvitiye teoriy media v rossiyskikh nauchnykh zhurnalakh v 2010-e gg.: rezul'taty pervogo etapa issledovaniy [Development of Media Theories in Russian Scientific Journals in the 2010s: Results of the First Stage of Research]. *Vestn. Mosk. un-ta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6. (In Russian)

Myasnikov I. Y. (2017) «Zhurfak–2030»: vozmozhno li nevozmozhnoye? Strategicheskiye sessii po voprosam professional'nogo obrazovaniya na fakul'tete zhurnalistiki Tomskogo gosudarstvennogo universiteta ["Zhurfak-2030": is the Impossible Possible? Strategic Sessions on Professional Education at the Faculty of Journalism of Tomsk State University]. *Voprosy zhurnalistiki* 2. (In Russian)

Raspopova S. S. (2007) *Zhurnalistskoye tvorchestvo: teoriya i praktika osvoyeniya: diss. ... dokt. filol. nauk* [Journalistic Creative Work: Theory and Practice of Mastering]: Dr. philol. sci. diss. Moscow. (In Russian)

Svitich L. G. Shiryaeva A. A. Problemy podgotovki zhurnalistov (Itogi sotsiologicheskogo issledovaniya). Chast' 1 [Problems of Training Journalists (Results of Sociological Research) Part 1]. *Vestn. Mosk. un-ta. Seriya 10: Zhurnalistika* 6. (In Russian)

Svitich L. G., Shiryaeva A. A. (1997) *Zhurnalistskoye obrazovaniye: vzglyad sotsiologa* [Journalism Education: a Sociologist's View]. Moscow: Ikarus Publ. (In Russian)

Tulupov V. V. (2014) Professiya zhurnalista: standarty, roli, deformatsii [Journalistic Profession: Standards, Roles, Deformations] *RELGA* 12 (285). URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=4018&level1=main&level2=articles (In Russian)

Vartanova E. L (2016) Sovremennyy zhurnalist v predstavleniyakh obshchestva [The Modern Journalist from Society's Viewpoint]. *Mediaal'manakh* 2: 8–10. (In Russian)

Поступила в редакцию
04.04.2018

# КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

**Тимофеев Алексей Анатольевич,** кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры истории и правового регулирования отечественных СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: msu.timofeev@gmail.com

## ЖУРНАЛИСТИКА В ЦИФРОВОЙ ВЕК: ОТ УТРАТ К НОВЫМ ПРИОБРЕТЕНИЯМ

**Рецензия на монографию: *Самарцев О. Р.* Цифровая реальность. Журналистика информационной эпохи: факторы трансформации, проблемы и перспективы. М.: Издательские решения, 2017. 120 с.**

**Alexei A. Timofeev,** PhD in Philology, Senior Lecturer at the Chair of History and Legal Regulation of Domestic Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: msu.timofeev@gmail.com

## JOURNALISM IN THE DIGITAL AGE: FROM LOSSES TO NEW ACQUISITIONS

**Book review: Samartsev O. R. (2017) *Digital Reality. Journalism of the Information Age: Transformation Factors, Challenges and Prospects.* Monograph. Moscow: Publishing Solutions Publ. 120 p.**

*DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.137143*

В монографии О. Р. Самарцева, посвященной трансформации журналистики и изменению характера работы журналиста в условиях цифровизации, говорится о разочарованиях и утратах, которые журналисты понесли в последние 10–15 лет под влиянием цифровой реальности. Об утрате монополии на создание и продвижение контента, на исключительное внимание читателя и зрителя. Об утрате значительной части доверия аудитории и провластной элиты, возможности в единоличном порядке формировать для них повестку дня. И в конечном счете об утрате уверенности в завтрашнем дне каждого, кто связал свою судьбу с журналистикой – много лет назад или относительно недавно. Но также

говорится и о надежде – на то, что утраты эти сподвигнут журналистов, которые не страшатся перемен и готовы принять их, стать лучше и сделать лучше своего зрителя и читателя.

Монография, конечно же, крайне актуальная. В 1990-х гг. и в начале XXI века СМИ обладали исключительным правом создавать и продвигать контент – в том объеме, в каком считали необходимым, того содержания, которое считали правильным, той аудитории, которую считали своей. Наряду с отрицательными моментами такого положения дел (о которых рассуждали очень и очень много) были и положительные, хотя о них говорили меньше: тщательная проверка фактов, высокое качество контента и квалификации журналистов, возможность достойно зарабатывать на рекламе.

Однако развитие Интернета (особенно широкополосного, дающего возможность распространять и потреблять видеоконтент высокого качества), появление блогов и социальных сетей, мессенджеров открыло «каналы (коммуникации. – *А.Т.*) неограниченному числу корреспондентов» (здесь и далее – цитаты из монографии О. Р. Самарцева). В результате теперь «новые сведения поступают не только от информагентств, но и от самой аудитории, нивелируя преимущественное право журналиста на доступ к первоисточникам», отменяется «информационная исключительность СМИ».

Утрата этой исключительности стала особенно заметной в последние год-два – с развитием в России мессенджера *Telegram*. Простота создания и распространения (для автора) и потребления (для читателя) контента, а самое главное, анонимность привели к появлению в *Telegram* огромного количества каналов на самую разнообразную тематику – политическую, экономическую, социальную и так далее.

При этом многие анонимные каналы ведутся чиновниками министерств, сотрудниками силовых ведомств и так далее. В них появляется инсайдерская информация гораздо быстрее и в большем количестве, чем в СМИ. И уже сами эти каналы становятся основным источником информации (хотя и не всегда достоверной) для журналистов. В итоге, как отмечает автор во вводной главе, «социальная пирамида потребителей СМИ сегодня меняется как в сфере увеличения доступности информации <...> так и смещения акцента в инициативе создания контента <...> масса становится <...> активным автором информационного поля <...> и тенденция эта год от года усугубляется».

В последующих главах автор подробно рассматривает причины того, почему журналистика «теряет монополию системы-посредника» и вынуждена реализовывать свои функции в новых условиях «со значительно меньшей эффективностью»; размышляет о последствиях этого процесса и приходит в выводу, что «исключительность журналистике вернуть не удастся». Но нам видится, что это, как ни парадоксально, пойдет на пользу и ей самой, и аудитории СМИ.

Разговоры о все большей примитивизации интересов этой аудитории, а вместе с тем упрощении языка читателей и зрителей ведутся последние 10–20 лет, они стали обыденной нормой. В большинстве случаев процессы эти оцениваются негативно, но мало кто глубоко задумывается об их причинах. Вместе с тем, рассуждает О. Р. Самарцев, в новой цифровой реальности медиа-элита из фокуса внимания вытесняется, «основным генератором контента становится статистическое большинство», а «структуру и содержание информации всецело определяет масса». В результате «язык подвергся стремительно деградации <...> легитимизировались обсценная лексика и криминальный сленг <...> изменение речи идет по пути упрощения лексической основы <...> уменьшения активного словаря до пределов прагматического минимума <...> этот процесс отражает состояние речевой компетенции аудитории».

Впрочем, диктат масс идет гораздо дальше небрежного отношения к языку: не считается криминалом публикация непроверенных фактов или их передергивание, повседневностью стали и так называемые фейки. Возможность изменить в Интернете контент в любое время каким угодно способом приводит и журналистов, и аудиторию к мысли о том, что ошибки «теперь не являются фатальными и уж тем более крамольными». Как результат – «обман уже воспринимается не как опасная дезинформация, а лишь как безобидный «фейк» <...> аудитория становится терпимой к любого роду обману или воспринимает ее как непременный компонент информационной среды», отмечает О. Р. Самарцев.

В итоге второй отмечаемый автором эффект цифровизации – обесценивание способности журналистов выдавать достоверный контент, журналистика «в качестве «фабрики репутаций» выглядит уже не очень современно». Развивая эту мысль, автор монографии обращает внимание на то, что «достоверность <...> все чаще приносят в жертву гонке за приоритетом».

В условиях технологического совершенства каналов продвижения контента, которые позволяют доставлять его потребителю практически моментально, возникает постоянная гонка; ускорение «процесса генерации новостей» приводит «к снижению совокупной их достоверности и пренебрежению точностью <...> уже не остается времени, чтобы проверить факты или просто подумать о последствиях».

И это, по мнению автора, еще одна грань изменений журналистики под влиянием Интернета и дигитализации, наряду с так называемым «фактором вторичности контента». Под ним О. Р. Самарцев понимает возможность в условиях дигитализации СМИ «копипастить» контент, но не производить его самостоятельно и перечисляет «многообразные» риски, связанные с этим. В том числе, отмечает О. Р. Самарцев, «страдает компетенция автора, который стремится получить информацию не за счет непосредственного общения, наблюдения или анализа (что является традиционным для журналиста способом получения информации. – *А. Т.*), а исключительно через поисковый запрос <...> проявляется боязнь «полевой» работы и реального общения с источником информации». Возможность копипаста в результате «отстраняет автора от реальности».

Отдельная и значимая часть монографии посвящена комментариям как тем элементам, которые серьезно влияют на интерпретацию читателем материалов СМИ.

Довольно долгое время письма в редакцию были фактически единственным способом реакции аудитории на публикуемые материалы. Однако редакция располагала полным правом и всеми возможностями фильтровать подобную реакцию, а следовательно, фактически управлять ею. С появлением *Web*2.0, интерактивности и возможности комментирования как в соцсетях, так и непосредственно на сайте СМИ ситуация кардинально изменилась. И сегодня, как отмечает О. Р. Самарцев, «наличие <...> комментариев – весьма существенный фактор, влияющий на восприятие публикации не менее, чем ее основное содержание».

Как отмечает автор, «количество и направленность комментариев по особо значимым темам – не только маркер популярности публикации, но и инструмент для осуществления манипуляции общественным мнением (что становится. – *А. Т.*) распространенной формой политической и маркетинговой активности». Фактически любой материал можно прокомментировать таким образом,

чтобы изменить его смысловые акценты либо сместить обсуждение с основной темы материала на какие-либо другие или вовсе на личность автора, либо совершенно исказить смысл материала.

В крупных СМИ довольно сложно модерировать огромный объем комментариев (что к тому же может стать поводом для обвинений в редакционной цензуре), а пишутся комментарии большинством (а не элитой). Как результат, «аудитория превращает соучастие в особую форму воздействия, которая не всегда зависит от редакции, а зачастую заставляет редакцию смириться с позицией статистического большинства», «аудитория во все большей степени чувствует себя способной к формированию информационных повесток». Под влиянием такого комментирования происходит «переоценка содержательной стороны комментируемого текста», «меняется не только формат взаимоотношений «редакция-читатель», при котором читатель неожиданно приобретает способность влиять на редакционную политику непосредственно и оперативно, но и смысловое восприятие самого текста».

Кроме того, совершенно справедливо отмечает О. Р. Самарцев, влияние аудитории на СМИ становится «практически неконтролируемым», и потому «многие издания видят в функции комментирования скорее вред, нежели преимущества».

Затрагивает О. Р. Самарцев и вопрос «дрейфа» многих СМИ от производства объективного, полезного для аудитории контента к выпуску контента, который фактически является лишь инструментом привлечения читателей на сайт, но не несет сам по себе существенного смысла. Утрата роли подписной модели как одного из основных источников денег для редакции (для большинства СМИ) и скудное финансирование государством или муниципалитетами заставляет редакции зарабатывать на рекламе. Потому необходимы высокие показатели посещаемости, то есть большой трафик на сайт. Для этого и нужен «медиаконтент», как его называет автор монографии, который «создается не как носитель смысла, а как средство привлечения аудитории» и направлен «на активизацию интенции к просмотру, без учета релевантности содержания для аудитории и до предела упрощено по мотивационным якорям».

Подобный медиаконтент, как отмечает О. Р. Самарцев, «в отличие от журналистики, не требует соответствия заявленного и представляемого, поскольку после перехода по гиперссылке потребитель уже выполнил свою функцию и более не нужен публикатору –

он оставил на сервисе аналитики свой индивидуальный вклад – «клик». В итоге все больше и больше изданий стремятся не к производству осмысленного, интересного журналистского материала, который полезен обществу, а именно к сенсационным, но пустым заголовкам, шокирующим видео насилия и так далее. «Для большей части изданий содержание более не имеет значения, поскольку продается не эффект коммуникации, а ежедневное число зашедших на страницу пользователей», констатирует О. Р. Самарцев.

Обобщая основные главы монографии, автор отмечает, что современные медиа вышли из стадии интернетизации и перешли к новому формату – интерактивному, мультимедийному, конвергентному. Это породило новый тип сообщения – медиаконтент, значительно отличающийся от произведений традиционной журналистики. В этом можно увидеть своеобразный эффект «троянского коня». Дигитализация, конвергенция, мультимизация, в которых 10–15 лет назад видели перспективу развития журналистики, породили немало негативных эффектов. Это упрощение языка СМИ и уменьшение активного словаря читателя; появление фейков и публикация все большего объема непроверенной информации в погоне за количеством контента, а не его качеством; появление все больших возможностей для манипулирования не только аудиторией, но и самими СМИ. Тем не менее, отмечает О. Р. Самарцев, «журналистика не умерла и не умрет <...> однако ей придется смириться с происходящими системными трансформациями информационной среды и адаптироваться к ней на новом уровне самоидентификации».

Основание для оптимизма дает последняя глава монографии, где автор размышляет в том числе и о многообразии источников информации, доступ к которым получила аудитория в эпоху журналистики цифровой эпохи.

В «доинтернетовскую» эпоху аудитория имела несколько телеканалов и радиостанций, читала несколько центральных газет. Что читать, что смотреть и что слушать – выбирал совсем не читатель, зритель или слушатель. Сегодня же телезритель «легко переходит в сферу онлайн-потребителя, формирующего свое телесмотрение в зависимости от личных предпочтений». Как отмечает О. Р. Самарцев, переход СМИ, в том числе и телевидения, d Интернет предоставляет «множественные источники (информации. – *А.Т.*), которые только в совокупности и составляют образ доверия <...> (появляется. – *А.Т.*)

иной стиль восприятия доверительных сведений – основанный <...> на возможности получения ее из множества источников».

Как следствие, пишет О. Р. Самарцев, «консолидированное решение вещателей (при традиционной модели СМИ. – *А.Т.*) предусматривает определенные информационные цензуры <...> вариативность выбора (при новой модели потребления контента. – *А.Т.*) становится безграничной».

Именно эта вариативность и бесконечное многообразие источников информации, которые получила аудитория в цифровую эпоху, отчасти нивелируют ее негативные последствия. С одной стороны, появляется все больше фейков, недостоверной информации, копипаста, все больше просматривается тенденция к упрощению и обеднению языка. С другой – теперь читатель, зритель или слушатель может сам выбирать, что читать, что смотреть и что слушать. Вариативность выбора – положительный момент дигитализации.

Появление в последние годы тысяч и даже десятков тысяч «малых медиа» в виде тематических пабликов и аккаунтов в соцсетях, телеграмм-каналов, блогов предоставили аудитории десятки тысяч источников информации и десятки тысяч вариантов выбора. Конечно, при этом они лишили профессию журналиста элитарности, но одновременно сделали ее еще более популярной и массовой. И в данном случае определение *массовая* имеет лишь положительное значение.

В целом нельзя не отметить именно комплексный обзор О. Р. Самарцевым тех факторов, под воздействием которых происходят технологические, социальные, этические изменения в работе СМИ. При этом аспекты возникновения и развития кризиса в современной журналистике, пути его преодоления, основные тенденции и тренды в медиа рассмотрены фундаментально, но достаточно емко – всего на 120 страницах. Обращает на себя внимание и большое количеств отсылок к трудам российских и зарубежных социологов, лингвистов, философов и медиаэкспертов, среди которых Х. Ортега-и-Гассет, М. Маклюэн, Дж. Барлоу, Ж. Бодийяр, И. М. Дзялошинский, Р. Якобсон, Д. Дондурей, Р. Борецкий и другие. Монография, без сомнения, будет полезна как начинающим журналистам и медиаисследователям, так и опытным специалистам в сфере СМИ.

Поступила в редакцию
17.06.2018

## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — рецензируемое научное издание с периодичностью выхода 6 раз в год. Публикуемые в нем материалы посвящены проблемам журналистики, СМИ, массовой коммуникации. Журнал ориентирован на публикацию статей, представляющих собой результаты самостоятельного исследования, организованного и проведенного в рамках научного подхода. Авторы — ведущие российские и зарубежные ученые и исследователи.

Журнал имеет полнотекстовую сетевую версию в Интернете (для подписчиков), включен в систему Российского индекса научного цитирования, оформляется в соответствии с требованиями ВАКа. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов не взимается.

Статьи в журнале публикуются только после получения положительной рецензии. Рецензентами могут выступать все кандидаты и доктора наук факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, а также сотрудники иных образовательных учреждений Российской Федерации и зарубежных стран, имеющие достаточную квалификацию в соответствующей научной области, получившие ученую степень и обладающие авторитетом в научной среде. Редакционная коллегия принимает на себя обязательства по поиску рецензентов и организации процесса рецензирования.

По решению редакционной коллегии рукопись принимается, отвергается или возвращается автору на доработку. Авторы обязаны учесть замечания рецензента и внести в статью соответствующие исправления. В случае отклонения статьи редакционная коллегия направляет автору мотивированный отказ. Рецензии хранятся в редакции, копии их предоставляются по требованию авторам рукописей.

Статьи авторам необходимо отправлять на электронную почту журнала vestnik_journ@mail.ru. Материалы размещаются в номерах по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.

Все присылаемые статьи должны содержать следующие обязательные элементы:

1) Сведения об авторе на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество (полностью), ученая степень, ученое звание, должность, место работы, контактная информация автора (телефон и электронный адрес).

2) Аннотация (abstracts) и ключевые слова (key words) на русском и английском языках. Аннотация должна кратко излагать проблематику статьи и основные содержащиеся в ней выводы. Ключевые слова после аннотации отражают основное содержание текста.

3) Примечания, оформленные в виде концевых сносок (если есть). Через концевые сноски также оформляются библиографические ссылки на периодику (газеты, журналы общего интереса); интернет-источники; художественную, деловую, научно-популярную литературу; словари, справочники, отраслевые доклады; учебники и учебные пособия; архивные данные.

4) Пристатейные библиографические списки (Библиография) у всех статей – в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования.

В список литературы включаются: монографии; сборники научных статей; научные статьи, опубликованные в научных журналах и сборниках. В список литературы вносятся только источники, на которые есть внутритекстовые библиографические ссылки.

Ссылки в тексте приводят в круглых скобках – в них указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием. Например: (Иванов, 1998: 125). При повторном цитировании: (там же: 128) для русскоязычных источников или (Ibid: 123) для иностранных источников.

Объем рукописи не должен превышать один печатный лист (40 тыс. знаков с пробелами). Оптимальный размер статьи – 20–30 тыс. знаков с пробелами. Текст статьи должен создаваться в формате doc (docx, rtf), шрифтом Times New Roman, 12 кеглем, с полуторным межстрочным интервалом.

Статья должна начинаться с введения (обоснование актуальности и научной значимости исследования, теоретические подходы к проблеме, поставленная автором задача, корпус имеющих отношение к проблеме текстов). Введение может быть дополнено отдельным разделом, в котором предоставляется обзор литературы по проблеме и теоретические выкладки. В этом разделе (разделах) должна быть представлена большая часть отсылок к предыдущим работам по теме материала.

Если в статье есть компонент эмпирического исследования, в ней должны быть отдельные разделы, описывающие методологию и результаты исследования. Основная часть статьи заканчивается выводами.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, имен собственных, географических данных и иных сведений.

Редакционная коллегия журнала:

- непредвзято, взвешенно и объективно оценивает все поступающие материалы;
- при работе с материалами руководствуется лишь критериями оригинальности, научной значимости и актуальности текстов;
- до публикации обеспечивает конфиденциальность всех рассматриваемых текстов;
- гарантирует отсутствие личных интересов в работе с материалами сторонних авторов;
- не принимает от авторов вознаграждений в явной или неявной форме;
- борется с плагиатом всеми доступными способами;
- строго следует нормам законодательства, установленным правилам и процедурам.