ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ И СМИ

Макеенко Михаил Игоревич, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова; e-mail: kandidate2002@mail.ru

РАЗВИТИЕ ТЕОРИЙ МЕДИА В РОССИЙСКИХ НАУЧНЫХ ЖУРНАЛАХ В 2010-е гг.: РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРВОГО ЭТАПА ИССЛЕДОВАНИЙ[1]

В статье представлены результаты первого этапа изучения направлений и методов развития теорий медиа в российском научном сообществе. Эмпирическую базу составили данные, полученные после обработки результатов контент-анализа более 300 статей о журналистике, медиа и коммуникации, опубликованных в пяти отечественных научных журналах. Были проанализированы структура статей, ключевые слова и списки литературы, а также основной текст каждой статьи, в котором вычленялись все упомянутые и/или процитированные авторы и теоретические концепции/парадигмы и определялись их функции в тексте. Собранные данные показали, что в российском научном дискурсе пока ограниченно представлен исследовательский подход, в результате чего невелик объем оригинальных эмпирических и теоретических результатов. Объект-предметное поле научного дискурса почти полностью сконцентрировано на журналистике, при изучении которой преобладают филологические и нормативные концепции. Теоретико-методологическая база, в которой доминируют отечественные и небольшая группа переведенных зарубежных работ, показывает невысокий интерес российского исследовательского сообщества к интеграции в глобальный исследовательский контекст.

Ключевые слова: *метаисследования, исследования медиа, теории медиа, научная статья, научный дискурс, теоретико-методологическая база.*

Mikhail I. Makeenko, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: kandidate2002@mail.ru

ELABORATION OF MEDIA THEORIES IN RUSSIAN ACADEMIC JOURNALS IN THE 2010s: RESULTS OF THE FIRST STAGE OF THE RESEARCH

The article contains the results of a meta-study that was aimed at revealing current trends in the examination, conceptualization and elaboration of media theories in Russia. During the first stage of the study, more than 300 research

articles published in 2012–2016 in five Russian academic journals were analyzed with a detailed consideration of the structure of the articles, keywords and literature and the use of particular authors and theories in the theoretical background.

The data analysis reveals several trends in scientific discourse. The research tradition is still underdeveloped. The number of articles that follow the general rules for organizing a scientific text is minimal, and less than a quarter of all articles in the sample are based on original empirical or theoretical results.

The objects of the study in the articles are centered around journalism, while many fields of media and communication research remain untouched. The theoretical background, as seen from the lists of books, authors and theories mentioned by researchers, is dominated by the philological and normative approaches. Most of the theoretical concepts are taken from Russian works or from a short list of Russian translations of foreign monographs, with many theories left unexplored and unused, which results in limited integration of Russian research discourse into the international context of media studies.

Key words: *meta-studies, media research, media theories, research article, scientific discourse, theoretical background*

Введение

В последние несколько лет руководство научной и образовательной сфер в России ставит перед ее представителями задачи, связанные с повышением уровня исследовательской работы, увеличением объемов и качества новых эмпирических данных и теоретических обобщений. В этой ситуации российским исследователям медиа и коммуникации необходимо решать на современном этапе своего развития задачи интеграции в международное исследовательское сообщество и повышения публикационной активности в глобальных профильных изданиях.

В связи с этим представляется **актуальным** изучение позиций, на которых исследования медиа и теоретические обобщения результатов этих исследований находятся в нашей стране в настоящий момент, и обращение для достижения этой цели к изучению публикаций в научных журналах.

Выбор корпуса журнальных статей в качестве **объекта** исследования можно обосновать, с одной стороны, текущими стратегическими приоритетами, связанными с развитием публикационной активности. Напомним, что для всех областей научного знания в качестве ключевого параметра замера эффективности работы ученых используются универсальные показатели количества и востребованности статей в журналах и сборниках, входящих в крупнейшие реферативные базы данных научных публикаций.

С другой стороны, в этом случае мы идем в русле сложившейся глобальной исследовательской традиции. Первые работы, обобщающие опыт изучения коммуникации и медиа и выделяющие научные парадигмы, в русле которых этот опыт формировался (см. Lazarsfeld, 1941; Gitlin, 1978; Rogers, 1982; Rosengren, 1983), были основаны на анализе огромного теоретико-методологического багажа, накопленного авторами этих попыток – выдающимися и опытными учеными. Однако на следующем этапе их последователи использовали уже вполне конкретный исследовательский инструмент – контент-анализ статей в профильных научных журналах. Именно с его помощью были проведены так называемые метаисследования, результатом которых стали концепция трех парадигм в изучении медиа (Potter, Cooper, Dupagne, 1993), развивающая ее классификация методологических подходов к изучению массовой коммуникации (Fink, Gantz, 1996), выделение наиболее активно используемых научных школ и теорий (Bryant, Miron, 2004).

Обращение именно к научным статьям в этом контексте представляется более чем обоснованным. Количество регулярно публикуемых текстов позволяет формировать необходимо объемную и репрезентативную выборку, а обязательная в западной научной традиции четкая структура статьи, включающей в том числе обзор литературы и обязательные выводы и «дискуссию», дает возможность изучать теоретико-методологическую базу и теоретический вклад исследования.

В Советском Союзе первый научный журнал, посвященный вопросам исследований журналистики и массовой коммуникации («Вестник Московского университета. Серия 11. Журналистика»), начал выходить еще в 1960-е годы. Сегодня статьи по «журналистике» публикуют около трех десятков профильных изданий, работы по медиа и коммуникации появляются в журналах по социологии, истории, лингвистике, антропологии, менеджменту, рекламе, связям с общественностью. В общей сложности в научных изданиях ежегодно появляется несколько сотен статей интересующей нас тематики.

При этом приходится признать, что в отечественной академической гуманитарной практике традиционно доминировали крупные тексты: базовые идеи, связанные с теоретическим осмыслением медиа и коммуникации, появлялись преимущественно в монографиях, диссертациях, учебных пособиях. Поэтому и пер-

вые попытки исследований традиций и текущего состояния эмпирических исследований и теории медиа базировались на изучении диссертационных работ (Дунас, 2016). При этом нельзя не отметить и первые образцы метаисследований на основе российских журнальных статей, например работу А.В. Вырковского, посвященную выделению актуальных тенденций в изучении медиаэкономики и медиаменеджмента (Вырковский, 2016).

В рамках исследовательского проекта «Разработка фундаментальных основ отечественной теории медиа в условиях трансформации общественных практик и цифровизации СМИ» (грант РНФ № 17-18-01408) мы предприняли попытку изучить направления развития теории медиа в статьях, опубликованных в ведущих русскоязычных изданиях по журналистике, массовой коммуникации и медиа. **Научная новизна** решаемых задач и полученных результатов обосновывается исследовательским контекстом, о котором мы говорили выше.

Цель предпринятой работы – выявить актуальные тенденции изучения, концептуализации и развития теорий медиа в российском исследовательском поле. Это, в свою очередь, потребовало решения следующих исследовательских **задач**:

- формирование представлений об общей культуре проведения и презентации результатов исследований медиа, отраженных в текстах научных статей,
- выявление ключевых исследовательских парадигм и теоретических концепций, определяющих работу российских ученых при изучении медиа и коммуникации,
- определение направлений развития теории медиа, приоритетных для отечественного исследовательского сообщества.

Методология исследования

На первом этапе для анализа были отобраны пять научных журналов, публикующих статьи по проблемам функционирования и развития журналистики, коммуникации и медиа и издающихся в университетах с устоявшейся традицией исследований в заданном объектно-предметном поле. В сформированный список вошли «Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика» (вошел в Russian Science Citation Index), «Вестник Томского государственного университета. Филология» (вошел в RSCI), «Известия Уральского Федерального

университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры», «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика» и «Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки».

Были изучены все выпуски отобранных журналов за 2012–2016 гг. Выбор временно́го периода обоснован, в частности, привязкой к современному этапу развития отечественных исследовательских практик, начало которого можно отсчитывать от президентского Указа № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки», за которым последовали формулировки мер по повышению конкурентоспособности российских вузов. Прошедшие пять лет, за которые в том числе произошло снижение частоты издания сборников статей, наиболее популярной формы организации научных публикаций в конце 1990-х – начале 2010-х гг., и усилилась «журналоцентричность» публикационной активности, можно считать достаточным сроком для выявления актуальных тенденций современного этапа исследований медиа.

Таблица 1

Распределение опубликованных статей о журналистике и медиа по тематическим кластерам

Год / Кластер	2012	2013	2014	2015	2016	Итого
История	15	16	26	18	15	90
Право и деонтология	2	5	2	2	2	13
Лингвистика	8	9	24	15	20	76
Реклама и ПР	3	9	9	5	4	30
Медиа	53	70	75	56	61	315
Всего:	81	109	136	96	102	524

При формировании **выборки** исследования было проведено разделение статей на группы (см. табл. 1) на основе критериев, связанных с общей тематикой научного поиска. Так, в выборку не попали статьи по истории журналистики (включая изучение отдельных авторов) и медиа, а также по праву СМИ, в которых объект, предмет и используемый научный инструментарий предоставляют минималь-

ное пространство для теоретических обобщений. В число проанализированных статей также не вошли тексты, представлявшие результаты исследований рекламы и связей с общественностью, и статьи, которые можно отнести к «лингвистическому кластеру» (стилистика, лингвистика дискурса). Эти два кластера статей имеют иную специфику: основной корпус текстов этих групп публикуется в специализированных профильных журналах, понять систему попадания статей в изучаемые в рамках нашего исследования издания не представляется возможным. Изучение этих текстов предполагает иные принципы формирования выборки, аналогичной тем, что использовались при исследовании статей о медиаэкономике (Вырковский, 2016).

В общей сложности за изучаемый период в отобранных журналах были опубликованы 523 статьи, из которых после отсечения нескольких кластеров по вышеописанным критериям нами были отобраны для анализа 315 текстов (60% от совокупности), рассматривающих вопросы функционирования журналистики и медиа и потенциально содержащих материалы, направленные на развитие медиакоммуникационных теорий.

Основными **методами** исследования стали контент-анализ и анализ дискурса.

Были проанализированы структура статей, ключевые слова и списки литературы, а также структура и основной текст каждой статьи, в котором вычленялись все упомянутые и/или процитированные авторы и теоретические концепции/парадигмы и определялась их функция в тексте (просто цитата/часть теоретико-методологической базы/развиваемая или подтверждаемая теория). Обобщение и анализ полученных данных позволили выделить и сформулировать актуальные тенденции развития теорий медиа и соответствующего научного дискурса.

Характеристики и типология журнальной научной статьи

Одним из первых результатов исследования стало формирование представлений о жанровой специфике текстов, которым мы изначально дали общее определение «научной статьи». В каждом тексте мы попытались выделить структурные элементы, теоретически являющиеся обязательными для презентации результатов научной работы. При этом мы опирались не только на требования

к публикациям, отраженные в журналах ведущих мировых научных издательств, но и на отечественные подходы, прописанные, в частности, специалистами Министерства образования и науки РФ[2].

Подавляющее большинство статей (табл. 2) не выдерживают форматных критериев научного текста, не содержат четко обозначенных элементов, связанных с постановкой целей и задач, обоснованием научной новизны и описанием методов, не имеют теоретико-методологической и эмпирической базы.

Только 2% изученных статей (даже при относительно лояльных критериях анализа, когда, например, необходимые элементы не выделены, но очевидно присутствуют в тексте) имеют четкую структуру, обзор теорий (в ряде случаев не адекватный остальному материалу) можно обнаружить в 5%, а описание методологии – в 7% статей.

По жанровым признакам большая часть попавших в выборку текстов может быть отнесена к эссе или разделам учебного пособия.

Таблица 2

Наличие структурных элементов научного текста в изученных статьях о медиа

Элементы научного текста	Все статьи, n=315	Доля от всех статей, %
Цели	8	2
Задачи	7	2
Объект	7	2
Предмет	7	2
Гипотеза	4	1
Актуальность	1	<1
Новизна	1	<1
Теоретическая база	16	5
Методология	22	7
Эмпирическая база	1	<1
Выводы/заключение	10	3
Структура в целом	8	2

При этом необходимо признать, что в отечественной традиции, которая пока трансформируется крайне медленно, отсутствие в статье оговоренных элементов и обращение к жанру эссе или учебного пособия не означает автоматически, что материал не основан на результатах исследовательской работы. Однако детальный анализ текстов показал очевидную неоднородность изучаемых статей, что дает основание для разделения их минимум на две неравные группы.

Критерием для выделения внутри выборки отдельного сегмента текстов мы будем считать наличие в них элемента, который можно назвать «новым знанием». Этим термином в рамках нашего исследования обозначаются статьи, содержащие оригинальные эмпирические данные и теоретические обобщения (прежде неизвестные/неочевидные для специалистов), полученные в результате применения общенаучных исследовательских методов и методов социально-гуманитарных наук, в частности социологических, антропологических и лингвистических, а также являющиеся результатом анализа и переосмысления теоретических концепций. Использование этого критерия позволило (при определенном уровне допущений) выделить группу из 64 статей (всего 20% от выборки и около 12% от всего количества опубликованных текстов), построенных на презентации «нового знания».

Статьи, отнесенные к вышеописанному сегменту, мы будем называть «исследовательскими». Остальные (n=251) тексты будут охарактеризованы как «академические», что мы подробнее обоснуем в этом разделе далее.

Таблица 3

Типы изученных статей о медиа по критерию наличия «нового знания»

<table>
<tr><th>Всего статей</th><th>Статьи о медиа</th><th>Исследовательские (создание нового знания)</th><th>Исследовательские 1</th><th>Исследовательские 2</th><th>Исследовательские 3</th><th>Академические</th></tr>
<tr><td>523</td><td>315</td><td>64</td><td>31</td><td>18</td><td>15</td><td>251</td></tr>
<tr><td>100%</td><td>60%</td><td>12%</td><td>6%</td><td colspan="2">3% 3%
Сумма: 6%</td><td>48%</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td>100%</td><td>20%</td><td>10%</td><td colspan="2">5% 5%
Сумма: 10%</td><td>80%</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
</table>

Внутри «исследовательского» сегмента (см. табл. 3) можно выделить три типа статей, разделив их на группы по критериям наличия эмпирической базы и результатов, связанных с развитием теорий.

1. Эмпирическая. Статья, содержащая результаты проведенного (чаще всего эмпирического) исследования, в которой автор ограничивается исключительно изложением полученных оригинальных данных без попыток сформулировать выводы, развивающие/подтверждающие/опровергающие и т. д. какую-либо теорию или дающие материал для формулировки оригинальных теоретических подходов к пониманию медиа.

2. Теоретическая. Статья, содержащая результаты (научного) осмысления/обобщения группы концепций и теоретических подходов к пониманию медиа или иных институтов/процессов (явлений действительности), на базе которых предпринимается попытка развивать какую-либо теорию или создавать оригинальный теоретический подход к пониманию медиа, вводя в научный оборот новые термины или концепции.

3. Эмпирико-теоретическая. Статья, содержащая результаты проведенного (чаще всего эмпирического) исследования, в которой автор не ограничивается исключительно изложением полученных оригинальных данных и предпринимает попытку сформулировать положения, развивающие/подтверждающие/опровергающие и т. д. какую-либо теорию или дающие материал для формулировки оригинальных теоретических подходов к пониманию медиа.

Статей третьей группы, по содержанию которых и следовало бы изучать развитие теорий медиа, мы выделили всего 15: это около 3% от попавших в выборку и 5% от всех опубликованных за изученный период, что наталкивает на неутешительный вывод о сохраняющейся маргинальности исследовательской работы в области медиа. Мы отдаем себе отчет в том, что наш подход к классификации при желании можно подвергнуть критике как «валюнтаристский», базирующийся на авторском и не оперирующем конкретными обсчитываемыми критериями понятии «нового знания». Поэтому дальнейший анализ развития теорий медиа мы не сводили к изучению статей только второй и третьей групп, а провели по всей выборке. Весь корпус текстов по медиа мы можем представить как пространство «академического дискурса», характеризующееся, как будет показано далее, значительным уровнем единообразия в пони-

мании и использовании теоретических концепций. При этом в показателях мы все-таки выделили данные по «исследовательским» статьям, на основании которых попытались проследить возможную специфику «исследовательского дискурса».

Объект-предметное поле исследований медиа

В рамках изучения развития теорий медиа важным этапом становится определение объекта и предмета исследовательской работы, которые в идеале определяют выбор используемых/развиваемых теорий и парадигм.

При анализе было решено ориентироваться не на заголовки статей, а на списки ключевых слов. Сегодня это обязательный структурный элемент каждой статьи, который (как мы предполагали) должен максимально конкретно детализировать ее объектно-предметное поле за счет использования не менее пяти специально отобранных слов и словосочетаний.

Для удобства представления результатов в таблицах мы обобщали показатели по базовым и производным словам: например, в строке «культура» обобщены результаты не только непосредственно по «культуре», но и «культурным традициям», «культурному уровню» и т. д. – все они кодифицировались через «культуру».

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

В таблице 4 отражены результаты по двум группам наиболее часто упоминающихся и, одновременно, наименее информативных понятий. Использование в качестве ключевых слов «СМИ», «медиа» или, например, «телевидения» никак не выделяет текст из массива работ по заданной тематике, хотя в очень многих случаях действительно отражает объект изучения/обсуждения. Для исследования направлений развития теорий медиа они также мало полезны, так как не позволяют идентифицировать возможные парадигмы или теории/группы теорий, в рамках которых могла бы вестись исследовательская работа авторов.

Таблица 4

Наиболее часто используемые ключевые слова в изученных статьях о медиа

Ключевые слова с учетом производных и сочетаний	**Академический дискурс (N=315)**	**Исследовательский дискурс (N=64)**
Категория: метадисциплинарные понятия		
Журналистика	89 (0,28*)	15 (0,23)
Медиа... *Медиапространство* *Медиадискурс* *Медиарынок* *Медиакоммуникации* *Медиаконвергенция* *Медиаобраз* *Медиасистема (СМИ)* *Медиахолдинг*	89 *7* *5* *5* *4* *4* *4* *4* *4*	25 *2* *2* *1* *3* *2* *1* *1* -
СМИ	80	19
Информация, информационный *Информационное пространство* *Информационная война* *Информационная политика* *Информационный повод*	75 *6* *4* *4* *2*	15 *2* - - *2*
Медиа (массмедиа), медийный *Новые медиа*	39 *3*	9 *1*
Коммуникация *Коммуникативный*	39 *13*	8 -
Категория: организационно-технологические сегменты		
Телевидение, телеканал	91 (0,29)	9 (0,30)
Интернет *Интернет-журналистика* *Интернет-СМИ*	43 *4* *4*	6
Пресса, печать, периодика, издание	43	9
Газета	15	5
Кино (фильм)	14	-
Радио (станция)	14	1
Социальные медиа (сети)	14	2

** в среднем на статью*

В таблице 5 обобщены данные по другим тематическим категориям, которые позволяют охарактеризовать общее направление отечественных исследований медиа. В общей сложности авторами было использовано более 1 000 слов и словосочетаний, что, скорее всего, говорит об отсутствии терминологического единства (многие понятия могут называться по-разному в разных текстах) и масштабных научных направлений, которые бы формировали внутри себя универсальные объектно-предметные и функционально-семантические поля. Самые употребляемые слова и их производные встречались не чаще одного случая на десять изученных статей, большинство «популярных» слов упоминалось по 0,03–0,05 раз на статью, что оказалось ниже наших ожиданий.

Таблица 5

Наиболее часто используемые ключевые слова в различных тематических категориях в изученных статьях о медиа

Ключевые слова с учетом производных и сочетаний	**Академический дискурс (N=315)**	**Исследовательский дискурс (N=64)**
Категория: внешние институциональные факторы и связи		
Культура	32	1
Аудитория	30	5
Политика (2) *Политическая коммуникация* *Политический дискурс*	28 *4* *3*	3 - *1*
Социальный	25	10
Регион, региональный	14	5
Категория: профессиональный, технический		
Конвергенция	19	3
Мультимедиа	11	2
Цифровой *Цифровизация, дигитализация*	11 *6*	2 *1*
Вещание	8	1
Онлайн	7	-
Категория: контент/(медиа)текст		
(медиа) Текст	26	8
Новость (и)	21	12
Жанр	18	2

Окончание таблицы 5

Контент	18	2
Автор, авторский	11	2
Корпоративный	11	4
Бренд	11	1
Категория: уровни анализа/исследования		
Дискурс	25	5
Политика (как система принципов и правил) *Программная политика*	16 *4*	3 *1*
Стратегия	13	4
Образ	13	4
Типология, тип	10	2
Система	10	2
Нарратив	10	4
Категория: нормативные представления о профессии		
Ценности	16	4
Функция	16	2
Диалог	13	7
Профессиональный *Профессиональная этика* *Профессиональная культура*	10 *5* *3*	3 - -
Факт	8	5
Категория: понятия из иных теорий		
Повестка дня	5	3
Миф	4	1
Метафора	4	-
Игра	4	1
Стереотип	4	1
Категория: исследовательская терминология		
Модель, моделирование	12	4
Теория *Теория журналистики*	9 *5*	3 -
Метод, методология	7	2
Контент-анализ	4	2
Парадигма	4	-

Мы также выделили наиболее часто встречающиеся слова в семи категориях за пределами первых двух (табл. 4) и объединили их в таблицы (табл. 6 и 7), отражающие доминирующие элементы объектно-предметных полей «академического» и «исследовательского дискурсов».

Таблица 6

Наиболее часто используемые за пределами первых двух тематических категорий ключевые слова в изученных статьях о медиа: «академический дискурс»

Ключевые слова с учетом производных и сочетаний	Академический дискурс (N=315)	Исследовательский дискурс (N=64)
Культура	32 (0,10*)	1 (0,02)
Аудитория	30 (0,09)	5 (0,08)
Политика (2)	28 (0,09)	3 (0,05)
(медиа) Текст	26 (0,08)	8 (0,13)
Социальный	25 (0,08)	10 (0,16)
Дискурс	25 (0,08)	5 (0,08)
Новость (и)	21 (0,07)	12 (0,20)
Конвергенция	19 (0,07)	3 (0,05)
Жанр	18 (0,06)	2 (0,03)
Контент	18 (0,06)	2 (0,03)
Ценности	16 (0,05)	4 (0,06)
Функция	16 (0,05)	2 (0,03)
Политика (1)	16 (0,05)	3 (0,05)
Регион, региональный	14 (0,04)	5 (0,08)
Религия, православный, вера, церковь	13 (0,04)	- (0,00)
Диалог	13 (0,04)	7 (0,11)
Стратегия	13 (0,04)	4 (0,06)
Образ	13 (0,04)	4 (0,06)

Окончание таблицы 6

Модель, моделирование	12 (0,04)	4 (0,06)
Общество	12 (0,04)	2 (0,03)
Молодежь, молодежный	11 (0,04)	5 (0,08)
Государство, государственный	11 (0,04)	2 (0,03)
Мультимедиа	11 (0,04)	2 (0,03)
Цифровой	11 (0,04)	2 (0,03)
Автор, авторский	11 (0,04)	2 (0,03)
Корпоративный	11 (0,04)	4 (0,06)
Бренд	11 (0,04)	1 (0,02)
Формат	10 (0,03)	1 (0,02)
Типология, тип	10 (0,03)	2 (0,03)
Система	10 (0,03)	2 (0,03)
Нарратив	10 (0,03)	4 (0,06)
Профессиональный	10 (0,03)	3 (0,05)

** в среднем на статью*

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

Выше мы обращали внимание на большое количество использованных слов и задействованных понятий, что должно говорить мозаичности вырисовывающегося объектно-предметного поля. Отрицать этого нельзя, однако если переводить анализ на уровень соотношения тематических категорий и просматривающихся внутри них групп понятий, можно зафиксировать ряд тенденций, говорящих, скорее, о цельности и универсальности «академического дискурса».

Вывод об ограниченном использовании авторами в рамках журнального «академического дискурса» оригинальной эмпири-

ческой и четко проработанной теоретико-методологической базы, который мы сделали в предыдущем разделе (в частности, на основании данных табл. 2), подтверждается и результатами анализа ключевых слов. Из таблицы 5 видно, что понятия, отсылающие даже к наиболее известным теоретическим концепциям изучения медиа и коммуникации, а также связанные с исследовательской терминологией, встречаются настолько редко, что их доля в общем массиве единиц анализа находится на уровне статистической погрешности. В этой ситуации показатели низкого уровня ориентации на результаты исследовательской работы становятся одной из универсальных характеристик «академического дискурса».

Данные, содержащиеся в таблицах 5 и 6, показывают, что на фоне вышеупомянутой тенденции «академический дискурс» концентрируется вокруг обсуждения влияния институциональных факторов и связей (обращение к проблемам культуры, политики, религии, власти) на журналистику (которая остается основным объектом и исследований, и обсуждения современных медиа – см. табл. 4) и нормативных подходов к пониманию и изучению СМИ и журналистики. Нормативные подходы мы интерпретируем в русле отечественной традиции (Прохоров, 1998; Корконосенко, 2010), которая при расхождении ключевых авторов в деталях продолжает сохранять очевидную цельность. Если ориентироваться на ключевые слова, то можно констатировать, что на протяжении изучаемого периода российский «академический дискурс» оставался в значительной степени законсервированным, наиболее сильно зависимым от таких характеристик, как филологичность (жанры, образ, нарратив, тип, тематика среди наиболее часто встречающихся слов) и нормативность (ценности, функции, диалог, творчество, воспитание, гуманизм, духовный, миссия). Ряд актуальных понятий и явлений, появляющихся в списках, вроде «конвергенции» и «мультимедиа», используются, скорее, декоративно как актуальный контекст для ключевых направлений обсуждения. Изучение текстов статей показало, что их упоминание лишь несколько раз совпадало с реальным исследованием.

Таблица 7

Наиболее часто используемые за пределами первых двух тематических категорий ключевые слова в изученных статьях о медиа: «исследовательский дискурс»

Ключевые слова с учетом производных и сочетаний	Исследовательский дискурс (N=64)	Академический дискурс (N=315)
Новость (и)	12 (0,20*)	21 (0,07)
Социальный	10 (0,16)	25 (0,08)
(медиа) Текст	8 (0,13)	26 (0,08)
Диалог	7 (0,11)	13 (0,04)
Аудитория	5 (0,08)	30 (0,09)
Регион, региональный	5 (0,08)	14 (0,04)
Молодежь, молодежный	5 (0,08)	11 (0,04)
Местный	5 (0,08)	5 (0,02)
Редакция, редакционный	5 (0,08)	6 (0,02)
Дискурс	5 (0,08)	25 (0,08)
Культура (2 – например, профессиональная)	5 (0,08)	7 (0,02)
Факт	5 (0,08)	8 (0,03)

** в среднем на статью*

Анализ ключевых слов, определяющих «исследовательский дискурс», на основе данных из таблиц 5–7 не показывает кардинального отступления выделенных нами исследовательских статей от «магистрального» пути развития «академического дискурса» в целом, однако несколько важных специфических его черт выделить позволяет. Можно отметить, что их объектно-предметное поле более конкретизировано: часто встречающиеся слова находятся в соотношении 1:5/1:7 к общему числу статей в выборке. Ряд наиболее употреблявшихся слов демонстрирует показатели упоминаемости значительно выше, чем в рамках «академического дискурса», и представляет понятия (новость, текст, редакция, профессиональная культура) более доступные для эмпирического изучения и обоснованных теоретических обобщений. При этом можно отметить и меньшую вовлеченность в обсуждения институционального и нормативного уровней: культура, религия, глобализация, идеология, власть, жанры, функции, творческая деятель-

ность, мораль, духовность, миссия в списках отсутствуют или представлены минимально.

Проанализированные в этом параграфе данные дают основание считать, что в рамках российского «академического дискурса» возможности развития теорий медиа остаются пока минимальными. В то же время есть небольшие, но в контексте нашего исследования все-таки важные положительные (в нашем понимании) тенденции, зафиксированные в исследовательских статьях.

Теоретическая база исследований медиа: тексты, авторы, теории

Следующим этапом изучения исследований и развития теорий медиа стал сбор и обработка данных, позволяющих составить представление об их теоретико-методологической базе. В рамках этого этапа были изучены списки литературы и полные тексты 315 статей, попавших в выборку. При подсчетах было исключено самоцитирование (упоминание авторами статей других собственных работ).

В изученных списках использованной литературы мы выделили 117 книг, глав/разделов в монографиях и учебных пособиях и статей, упоминавшихся не менее двух раз. Из них 90 работ были написаны советскими и российскими авторами и 27 – зарубежными. При этом повышение планки отсечения до четырех упоминаний, что в рамках выборки можно считать хотя бы минимально заметным статистическим показателем, оставляет в списке уже только 13 источников (табл. 8).

Из таблицы 8 следует, что среди работ отечественных авторов наиболее востребованными оказались учебники и учебные пособия, а также постановочно-просветительские статьи. Из 29 российских работ, упоминавшихся по три раза, к этой группе можно отнести еще 17 книг и статей. Преобладание материалов, которые можно классифицировать как «учебные» над «научными», характеризует, таким образом, не только основное содержание текстов «академического дискурса», но и используемую теоретико-методологическую базу.

В число наиболее часто оказывавшихся в списках литературы зарубежных авторов ожидаемо попали Маклюэн и Луман, а также ван Дейк, канонический для отечественных исследователей дискурса (корреляцию с ключевыми словами можно проследить по табл. 6 и 7), и Кастельс, ассоциирующийся с рассуждениями об информа-

ционном обществе. Из 27 зарубежных источников 19 – переводные, в том числе все ключевые упоминавшиеся работы (только «Галактику Гуттенберга» Маклюэна трижды привели в канадском издании).

Таблица 8

Наиболее часто упоминаемые работы в изученных статьях о медиа

Работа	Академические статьи (n=315)	Исследовательские статьи (n=64)
Отечественные		
Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник. М., 1998*.	8 (0,03**)	1
Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. М., 2002.	5 (0,02)	1
Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000.	5 (0,02)	2 (0,03)
Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М., 2005.	5 (0,02)	-
Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. № 5.	4 (0,01)	1
Луканина М.В. Текст средств массовой информации и конвергенция // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20.	4 (0,01)	-
Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / под ред. С.Г. Корконосенко. СПб, 2000.	4 (0,01)	-
Зарубежные		
Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.	10 (0,03)	2 (0,03)
Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.	8 (0,03)	5 (0,08)
Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: Становление человека печатающего. М., 2005.	6 (0,02)	-
Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000.	6 (0,02)	1
Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.	4 (0,01)	-
Шмид В. Нарратология. М., 2003.	4 (0,01)	3 (0,05)

** первое издание*
*** в среднем на статью*

Для выявления круга авторов, наиболее часто встречающихся в отечественных научных статьях о медиа, мы использовали более комплексный подход: к показателям, которые складывались при изучении списков литературы мы добавили все упоминания, встречавшиеся в основном тексте статей.

На этой стадии исследования мы столкнулись с рядом методологических сложностей, часть из которых одновременно можно отнести и к характеристикам отечественного «академического дискурса». Списки литературы, которые есть практически в каждой статье, схожи со списками ключевых слов и до сих пор очень часто выполняют не столько навигационную функцию, сколько «нормативную» – показывают не реально использованные источники, а работы, которые следует упоминать для создания «правильного» академического контекста. В результате расхождения между упоминаниями авторов в основном тексте и в списках литературы могут быть очень значительными. Отдельным следствием этой же тенденции можно считать влияние на списки организации-учредителя научного журнала: большое число статей авторов, представителей университета-учредителя, сопровождается значительным количеством автоматических упоминаний его наиболее авторитетных представителей (что не искажает глобальную картину, но может сказываться на отдельных частных результатах).

Еще одна важная проблема связана с отсутствием культуры структурирования статей (см. табл. 1), которая напрямую влияет на то, что в текстах невозможно вычленить раздел или хотя бы фрагмент, содержащий обзор литературы и теоретический аппарат. Ключевая же сложность заключается в том, что не всегда можно обнаружить закономерности, согласно которым в статье упоминается конкретный автор или теория – в подавляющем числе случаев упоминание теории или цитирование того или иного автора никак не коррелируют с темой, проблемой и даже тематикой статьи.

Несмотря на эти особенности «академических статей», мы собрали данные по ключевым авторам, которые представлены в таблице 9. В получившийся список вошли 107 авторов – 80 советских и российских и 27 зарубежных, упоминавшихся не менее трех раз в списках литературы и в текстах. Подавляющее большинство из них попало в обе категории, хотя встречаются и авторы, отсутствующие в списках литературы, но появляющиеся в текстах. Среди последних, например, встречаются такие крупные фигуры, как Г. Дженкинс и Э. Роджерс.

Списки авторов и наиболее востребованных книг (см. табл. 8) во многом пересекаются: «академический дискурс» на современном этапе апеллирует к работам М. Маклюэна, Н. Лумана, М. Кастельса, Е.Л. Вартановой, Е.П. Прохорова. Можно обратить внимание и на развитие выделенных в предыдущем параграфе (см. табл. 5–7) характеристик филологичности и даже литературной привязки (присутствие Бахтина, Шмида), а также нормативности (Прохоров, Корконосенко) современного дискурса.

Отдельное рассмотрение данных, которые собираются при выделении показателей «исследовательских» статей, в целом не обнаруживает его кардинального отличия от универсальных тенденций. Хотя все-таки нельзя не обратить внимание на результаты по упоминаниям непосредственно в текстах статей этой группы. Они выявляют нулевую заинтересованность в цитировании Маклюэна и отсутствие обращений к теориям постиндустриального и информационного общества (Кастельс, Тоффлер, Белл), показательное для «академического дискурса» в целом. Просматривается именно в этом кластере интерес к концепциям, которые более или менее операционализируются в рамках исследовательских задач – теории повестки дня (Маккомбс), теории политического поля (Бурдье) или теории журналистики (Прохоров).

Таблица 9

Наиболее часто упоминаемые авторы в изученных статьях о медиа

Автор	Число упоминаний в списке литературы (академический)	Число упоминаний в списке литературы (исследовательский)	Число упоминаний в текстах статей (академический)	Число упоминаний в текстах статей (исследовательский)	Общий показатель
Зарубежные авторы					
Маклюэн М.	14 (0,04*)	2 (0,03)	7	-	21
Луман Н.	10 (0,03)	6 (0,09)	8	4	18
Кастельс М.	9 (0,03)	1	5	-	14
Хабермас Ю.	7	2	7	2	14
Дейк Т.А., ван	9 (0,03)	1	2	-	11
Маккомбс М.	2	2	8	6	10
Бурдье П.	6	2	4	3	10
Тоффлер Э.	6	-	4	-	10

Окончание таблицы 9

Отечественные авторы					
Вартанова Е.Л.	24 (0,07)	4 (0,06)	3	-	27
Прохоров Е. П.	14 (0,04)	4 (0,06)	5	4	19
Бахтин М. М.	8 (0,03)	1	4	1	12
Дзялошинский И.М.	10 (0,03)	2 (0,03)	2	1	12
Полонский А.В.	11 (0,04)	2 (0,03)	-	-	11
Цвик В.Л.	8 (0,03)	1	3	1	11
Тертычный А.А.	9 (0,03)	3 (0,05)	1	1	10
Корконосенко С.Г.	7 (0,02)	3 (0,05)	3	1	10

** в среднем на статью*

Отдельно необходимо обратить внимание на важнейшую проблемную зону, которую высвечивает анализ используемых источников. За пределами «академического дискурса» остается практически весь корпус классических и актуальных зарубежных текстов, монографий и научных статей, посвященных исследованиям и теориям медиа. Используется только небольшой круг переведенных работ, что лишает большинство авторов отечественных статей доступа к целым пластам теоретического и эмпирического знания.

Это очень важный фактор, который непосредственно влияет на сам процесс развития теорий медиа в отечественной научной практике. В ситуации, когда абсолютное большинство известных теоретических концепций принадлежит зарубежным авторам, чрезвычайно сложно развивать теории, ключевые тексты по которым недоступны и практически не используются.

Еще один фактор – механизмы использования даже имеющихся и задействованных при подготовке статей работ. В большинстве случаев упоминание в списках и даже в тексте автора не означает непосредственной и обоснованной апелляции к разрабатываемой/разработанной теории. Так, занимающие первые позиции Маклюэн и Луман выступают почти везде в роли источников цитат «на все случаи жизни», а не теоретических концепций, положенных в основу исследования. Собранные нами данные показывают, что наиболее адекватно и инструментально в исследованных текстах использовались концепции, связанные с медиаконвергенцией (Дженкинс, Манович, Олешко) и дискурсом (Ван Дейк, Деррида, Фиске, Карасик, Михалева, Русакова). Также можно выделить ис-

пользованные не единожды теории фрейминга, формирования повестки дня и диффузии инноваций. При этом отсутствие переведенных первоисточников, возможно, объясняет встречающиеся трактовки последних двух, не всегда адекватные авторским подходам (Rogers, 1962; McCombs, Shaw, 1972; McCombs 2005).

Анализ текстов также показал, что в рамках «исследовательского дискурса» российские авторы на основе эмпирических исследований более одного раза предпринимали попытки развития теоретических положений, связанных с медиаменеджментом, медиаконвергенцией, межкультурной коммуникацией, формированием повестки дня и концепцией «спирали молчания».

Таблица 10

Упоминания наиболее востребованных за рубежом теорий медиа и коммуникаций в российском академическом дискурсе

Теории (по использованию в XX веке)	**Российские показатели**	**Теории (по использованию в начале XXI века)**	**Российские показатели**
Обретение пользы и удовлетворение потребностей (Uses and Gratifications)	-	Фрейминг (Framing)	2
Установление повестки дня (Agenda Setting)	6	Установление повестки дня (Agenda Setting)	6
Гипотеза культивации (Cultivation Theory)	-	Гипотеза культивации (Cultivation Theory)	-
Социальное научение (Social learning)	-	Теории медиации/опосредования (Mediation Models)	-
Марксистские	-	Эффект третьего лица (Third Person Effects)	-
Диффузия инноваций (Diffusion of Innovations)	2	Обретение пользы и удовлетворение потребностей (Uses and Gratifications)	-
Внешние расширения человека (McLuhan's Sense-Extention)	-	Социальное научение (Social learning)	-
Когнитивное развитие (Piagetian Theory)	-	Избирательное восприятие/селективное влияние (Selective Exposure)	-

Источник: Bryant, Miron, 2004; данные автора

В 2004 г. были опубликованы результаты метаисследования американских специалистов по теории массовой коммуникации Д. Брайанта и Д. Майрон (Bryant, Miron, 2004), в рамках которого они, в частности, выделили наиболее часто используемые авторами научных статей теории как на протяжении второй половины XX столетия, так и на рубеже XX–XXI вв.

В таблице 10 можно увидеть результаты поиска упоминаний этих теорий в статьях из используемой нами выборки. Учитывалось любое упоминание теории, которое может быть отнесено к формированию теоретико-методологической базы или развитию теоретических концепций. Нельзя не заметить, что включенность даже в обсуждение, не говоря уже о развитии, важнейших для глобального научного поиска теоретических концепций остается крайне низкой.

Исследования медиа: методика получения результатов

Последние данные, собранные в рамках проведенного исследования, базируются только на изучении 64 текстов, которые мы отнесли к исследовательским. В предыдущих разделах мы давали по ним отдельные данные практически по всем измерявшимся показателям и несколько раз подчеркнули, что выделенная группа статей вовлечена в производство «нового знания» и зафиксированное развитие теоретических концепций. В этом разделе представлены еще несколько характеристик исследовательского процесса, отраженных в журнальных статьях.

В 40 случаях из 64 авторами являлись кандидаты/доктора наук, в 18 – аспиранты, а еще шесть текстов были написаны совместно начинающими и уже «остепененными» исследователями. При этом обращает на себя внимание низкая – менее 20% – доля статей, имеющих более одного автора. В изученных нами параллельно статьях, опубликованных в глобальных изданиях *Journalism, Journalism Studies* и *European Journal of Communication* в 2012–2016 гг., 46% (333 из 725) текстов были результатом коллективной работы. Более активная научная коллаборация между российскими исследователями может стать важным фактором развития теорий медиа, так как потенциально позволяет получать и обрабатывать бо́льшие объемы необходимой для этого эмпирической и теоретической информации.

В качестве объектов в исследовательских текстах чаще всего фигурировали медиатекст (26 раз), работа журналиста (9 случаев) и аудитория (4 раза). При этом можно обратить внимание на то, что в наиболее востребованных теориях медиа и массовой коммуникации (см. табл. 10) основные положения выводились из изучения объектов и субъектов коммуникационного процесса в большей степени, чем из исследования продуктов медиа.

Таблица 11

Методы исследования, использованные авторами в изученных статьях о медиа

Статьи / Методы	Исследовательские (n=64)	Эмпирические (n=31)	Теоретические (n=33)
Контент-анализ	12	9	3
Обработка вторичных данных	12	8	4
Опрос	9	6	3
Интервью	9	4	5
Анализ дискурса	6	4	2
Включенное наблюдение	2	-	2

В таблице 11 также представлены методы исследования, наиболее часто использовавшиеся для получения «нового знания» и демонстрирующие потенциально продуктивный для развития теории медиа баланс лингвистических, социологических и антропологических подходов.

Выводы и дискуссия

Изучение 315 журнальных статей, посвященных различным проблемам функционирования медиа, показало, что развитие теорий медиа и массовой коммуникации в России испытывает влияние нескольких важных факторов.

Первым из этих факторов можно признать медленное формирование непосредственно исследовательской традиции в актуальном научном дискурсе. Об этом говорит статистически практически незаметная доля статей, выдерживающих структурные требования к формату научного текста. И это, в свою очередь, яв-

ляется формальным показателем редкого проявления в текстах оригинальных эмпирических или теоретических результатов. Использовав для характеристики последних понятие «нового знания», можно выделить в совокупности проанализированных статей группу «исследовательских» текстов, составившую менее четверти от выборки.

Еще одним фактором является просматривающаяся при анализе объект-предметного поля изученных статей ограниченность отечественного научного (корректнее охарактеризованного как «академический») дискурса, сконцентрированного на журналистике и редко выходящего за пределы филологических и нормативных подходов. Схожие выводы можно сделать и после обработки данных, полученных в ходе изучения списков литературы и упоминаний отдельных авторов и концепций в текстах статей.

Анализ теоретико-методологической базы выявляет еще один важный фактор – минимальную включенность представителей отечественного исследовательского сообщества разных поколений в глобальный исследовательский контекст. Это проявляется, в частности, в крайне ограниченном и одностороннем использовании даже наиболее востребованных у зарубежных исследователей теорий.

Статистические показатели, которые формируются при изучении теоретической базы российского «академического дискурса», настолько малы, что пока не дают достаточного материала для формирования представлений о важнейших исследовательских парадигмах и направлениях развития теорий медиа.

Полученные при изучении статей в научных журналах данные пока не позволяют полностью принять предшествующие подходы к оценке состояния отечественного научного дискурса. В частности, его ключевые характеристики не очень корректно ставить в контексте «девестернизации» исследований медиа (Curran, Park, 2000; Вартанова, 2015; Корконосенко, 2015). Ведь она подразумевает имевшуюся на определенном этапе «вестернизацию», которая должна проявляться в увеличении доли непосредственных эмпирических и теоретических исследований и усилении интеграции в теоретико-методологическую базу широкого круга востребованных зарубежных концепций, чего пока зафиксировать не удается.

Примечания

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

[2] Краткие рекомендации для авторов по подготовке и оформлению научных статей в журналах, индексируемых в международных наукометрических базах данных / под общ. ред. *О.В. Кирилловой*. М.: АНРИ, 2017. Режим доступа: http://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/9481/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/8695/%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%AF%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%8F%20%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9.pdf

Библиография

Вартанова Е.Л. Современные российские исследования СМИ: обновление теоретических подходов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 5–26.

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

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.

Корконосенко С.Г. Теория журналистики : моделирование и применение : учебное пособие. М.: Логос, 2010.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебник для студентов вузов. М.: РИП-Холдинг, 1998.

Bryant J., Miron D. (2004) Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication* 54(4): 662–704.

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

Fink E.J., Gantz W. (1996) A Content Analysis of Three Mass Communications Research Traditions: Social Science, Interpretive Studies, and Critical Studies. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 73(1): 114–134.

Gitlin T. (1978) Media Sociology: The Dominant Paradigm. *Theory and Society* 6(2): 205–253

Korkonosenko S. (2015) Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory. *Central European Journal of Communication* 8(2): 175–186.

Lazarsfeld P. (1941) Remarks on Administrative and Critical Communications Research. *Studies in Philosophy and Social Sciences* 9: 2–16.

McCombs M. (2005) A Look at Agenda Setting: Past, Present and Future. *Journalism Studies* 6(4): 543–557.

McCombs M., Shaw D.L. (1972) The Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36(2): 176–187.

Potter W.J., Cooper R., Dupagne M. (1993) The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals. *Communication Theory* 3(4): 317–335.

Rogers E.M. (1982). The Empirical and Critical Schools of Communication Research. In M. Burgoon (Ed.), *Communication Yearbook* 5. New Brunswick, NJ: Transaction Books. Pp. 125–144.

Rogers E.M. (1983) Diffusion of Innovations. 3rd ed. NY: Free Press.

Rosengren K.E. (1983) Communication Research: One Paradigm, or Four? *Journal of Communication* 33(3): 185–207.

Notes

Kirillova O.V. (ed.). (2017). *Kratkie rekomendatsii dlya avtorov po podgotovke i oformleniyu nauchnykh statey v zhurnalakh, indeksiruemykh v mezhdunarodnykh naukometricheskikh bazakh dannykh* [Brief Recommendations to Authors on the Preparation and Layout of Research Articles in Journals Indexed in International Scientometric Databases]. Moscow: ANRI. URL: http://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/9481/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/8695/%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%93%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%AF%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%8F%20%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9.pdf

References

Bryant J., Miron D. (2004) Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication* 54(4): 662–704.

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

Dunas D. (2016) Natsionalnoye svoeobrazye rossiyskoy shkoly isselovaniy SMI; teoreticheskaya napravlennost dissertatziy v period 1991–2010 godov [National Originality of the Russian School of Media Research: Theoretical Background of Dissertations in 1991–2010]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* 1: 103–119.

Fink E.J., Gantz W. (1996) A Content Analysis of Three Mass Communications Research Traditions: Social Science, Interpretive Studies, and Critical Studies. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 73(1): 114–134.

Gitlin T. (1978) Media Sociology: The Dominant Paradigm. *Theory and Society* 6(2): 205–253

Korkonosenko S. (2010) Teorya zhurnalistiki: modelirovanye i primenemye [Journalism Theory: Simulation and Application]. Moscow: Logos.

Korkonosenko S. (2015) Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory. *Central European Journal of Communication* 8(2): 175–186.

Lazarsfeld P. (1941) Remarks on Administrative and Critical Communications Research. *Studies in Philosophy and Social Sciences* 9: 2–16.

McCombs M. (2005) A Look at Agenda Setting: Past, Present and Future. *Journalism Studies* 6(4): 543–557.

McCombs M., Shaw D.L. (1972) The Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36(2): 176–187.

Potter W.J., Cooper R., Dupagne M. (1993) The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals. *Communication Theory* 3(4): 317–335.

Prokhorov E. (1998) Vvedenye v teoriyu zhurnalistiki [Introduction to Journalism Theory]. Moscow: RIP-Holding.

Rogers E.M. (1982). The Empirical and Critical Schools of Communication Research. In M. Burgoon (Ed.), *Communication Yearbook* 5. New Brunswick, NJ: Transaction Books. PP. 125–144.

Rogers E.M. (1983) Diffusion of Innovations. 3rd ed. NY: Free Press.

Rosengren K.E. (1983) Communication Research: One Paradigm, or Four? *Journal of Communication* 33(3): 185–207.

Vartanova E. (2015) Sovremennye rossiyskye issedovanya SMI: obnovlenie teoreticheskikh podhodov [Modern Russian Media Research: a Renewal of Theoretical Approaches]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 6: 5–26.

Vyrkovskiy A. (2016) Novye issledovatelskye zadachi v oblasti media menedgmenta i mediaekonomiki Rossii [New Research Goals for Media Management and Media Economics of Russia]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 6: 209–229.

Поступила в редакцию
26.11.2017