

УДК:  
316.774(470+571)

Оригинални  
научни рад

ПОЛИТИЧКА РЕВИЈА  
POLITICAL REVIEW  
Година (XXV) XII, vol=38  
Бр. 4 / 2013.  
стр. 197-205.

*Александр Чернов*  
*Череповецкий государственный университет*  
*Российская Федерация*

## ИССЛЕДОВАНИЯ МАСС-МЕДИА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ\*

### Аннотация

*В статье рассматривается современное состояние исследований масс-медиа в региональных университетах России. Сбор и систематизация этих данных вызвана необходимостью каталогизации исследовательских программы, консолидации усилий отдельных исследователей и вузов, научных центров различных регионов. Трансформация национальной медиасистемы подошла к стадии, когда становится необходимым и трансформация аппарата и инструментов научной рефлексии в отношении медиа исследований. Недавно созданная Национальная ассоциация исследователей масс-медиа (НАММИ) видит в этом важное направление своей деятельности.*

*Ключевые слова: исследования масс-медиа, российские региональных медиа-исследований, типология и классификация медиа исследований, Национальная ассоциация исследователей масс-медиа.*

**Т**рансформация национальной системы масс-медиа в России настоятельно требует разработки адекватных инструментов исследования и языка описания этого процесса. Традиционные классификации научных исследований в области журналистики, сформировавшиеся за семь десятилетий вузовской практики, сегодня требуют серьезной коррекции и модернизации. Базой этого процесса должно стать четкое понимание структуры и содержания,

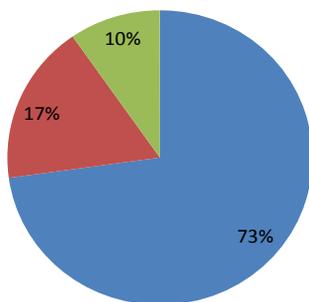
\* Научно-исследовательская работа выполнена в рамках государственного задания Министерства образования и науки Российской Федерации в 2012 году.

современного состояния научной активности в стране. В рамках этой задачи недавно созданная, по инициативе деканов крупнейших национальных факультетов журналистики – МГУ и СПбГУ Национальная ассоциация исследователей масс-медиа приступила к реализации проекта Атлас российских медиа-исследований. (1)

Исходной проблемой при постановке исследовательских задач проекта виделось отсутствие адекватной, полной, работоспособной базы данных по типам, видам, направлениям и характеру научных исследований, которые проводятся в последние годы в региональных центрах нашей страны. После подготовительного этапа дизайн исследования выглядел следующим образом. На первом этапе предстояло систематизировать данные по региональным вузам, ведущим научные исследования в области масс-медиа. Из этой общности исключались крупнейшие журфаки страны – Москвы и Санкт-Петербурга, региональное пространство не включало в себя аналитических, мониторинговых и т.д. центров, не входящих в систему вузов. Эти ограничения, естественно, чисто технические и должны быть восполнены в дальнейшей работе. Отметим, что по данным государственного агентства, отвечающего за проведение государственной аккредитации вузов, сегодня журналистика преподается в 149 вузах и филиалах. При этом 27 таких учреждений находятся в Москве, 10 – в Санкт-Петербурге. В регионах России, таким образом, центрами журналистской подготовки и научных исследований являются 112 высших учебных заведений и их филиалов.

Рисунок №1

■ Региональные вузы ■ Москва ■ Санкт-Петербург



География подготовки журналистов в российских вузах и филиалах, имеющих госаккредитацию

При сборе информации неполная статистика становится первой серьезной проблемой. Второй – расхождения между декларируемыми и реально проводимыми направлениями научных исследований, отражающие недостатки вузовской отчетности и слабой информационной политике многих вузов в научной области. Поэтому в качестве справочной и эмпирической базы использовалось несколько источников. Помимо уже упоминавшегося ресурса Росаккредагентства использовались данные справочника 2007 г. «Журналистское образование в России», данные свыше 50 сайтов университетов и факультетов журналистики, результаты специально проведенного автором совместно с И.В.Жилавской пилотного опроса участников заседания Учебно-методического совета по журналистике, объединяющего факультеты и отделения журналистики российских вузов и проходившего в феврале 2012 в МГУ ( в поросе приняли участие 52 вуза).

После обработки собранных данных было выявлено в общей сложности 84 направления научных поисков, которые реализуются вузами в области исследований масс-медиа. По декларациям представителей вузов научные интересы распределились по тематике следующим образом:

1. Язык СМИ 5 (6,96%)
2. Жанры СМИ – 3 ( 3,57%)
3. Медiateксты: 1 (1,2%)
4. Дискурсология – 1 (1,2)
5. Региональные СМИ (изначальная декларация) – 31 (36,9%)
6. Медиаэкономика (медиаменеджмент, медиа маркетинг) 4 (4,7%)
7. Социология масс-медиа: 7 (8,3%)
8. Мультимедийная журналистика и проблемы конвергенции СМИ 5 (6,96%)
9. Интернет как медиаплатформа (трансформация медиаканалов) : технологии, классификации, социально-экономические влияния 4 (4,7%)
10. Медифилософия (философия журнализма) 1 (1,2%)
11. Медиаобразы в социальных коммуникациях 3 (3,57%)

12. Медиаобразование в России: от медиаграмотности к профессионализму 7 (8,3%)
13. Журналистика, реклама, PR: типы взаимодействий и взаимовлияний – 4 (4,7%)
14. Журналистика и литература (фикшн и нонфикшн, включая публицистику, медиакритику) 4 (4,7%)
15. СМИ и право 2 (2,3%)
16. Мировая журналистика (Зарубежная журналистика) – 2 (2,3%).

Рисунок №2



Анализ шестнадцати направлений позволил сделать некоторые выводы в отношении структуры научных интересов региональных исследователей:

- Филологоцентричность большой группы исследований. Подавляющее большинство центров подготовки журналистов аффилированы с филологическими факультетами.
- Недифференцированность научных проблем, характеристика их по материалам, а не по объекту и предмету исследования. Отсюда доминирование самоопределения «Исследования региональных СМИ».
- Нарастание доли исследований в проблемных областях: медиаэкономика; медиасоциология; мультимедийность и конвергенция медиа.
- Слабая представленность работ по международной журналистике, по национальным СМИ и т.д., по видам и типам СМИ (радио, TV, печать, Интернет-СМИ, специализированные медиа и т.д.)

Каждая из данных проблем требует отдельного комментария. В рамках данной статьи остановимся лишь на одной, имеющей принципиальный характер: «Недифференцированность сегмента «Исследования региональных СМИ» (в сегмент вошло 31 исследовательское направление)

Недифференцированность понятия «исследования региональных СМИ» вводит в заблуждение и затрудняет реальную оценку ситуации.

Дифференциация этого сегмента возможна по разным основаниям. Например, путем выделения и определения объекта и предмета научных исследований, формулировки исследовательской проблемы и отделения ее от эмпирического материала, на котором ведется исследование.

На данном этапе мы просто попытались добраться до реального содержания понятия «исследования региональных СМИ», обратившись к сайтам вузов, справочникам, сборникам и другим доступным источникам. При этом мы ввели целый ряд видовых названий, которые не использовались самими исследователями.

Региональные медиасистемы (по изучаемым проблемам) распадаются, как минимум, на 10 подгрупп по предмету исследования.

1. Региональные медиасистемы России: Типология - 2 (6,5%)
2. Региональная медиасистема: описание и классификации – 11 (35,5%)
3. Региональная медиасистема: Специфика истории формирования 6 (19,3%)
4. Региональная медиасистема: Этно-национальная специфика – 4 (12,9%)
5. Региональная медиасистема: Культурные влияния - 7 (22,6%)
6. Региональная медиасистема: Социально-экономические влияния - 2 (6,4%)
7. Региональные медиасистемы и социология их аудиторий - 6 (19,3%)
8. Региональные медиа: специфика типов СМК (ТВ, печать, издательское дело, радио и т.д.) - 4 (12,9%)
9. Локальные СМИ (университетское ТВ) – 1 (3,2%)
10. Региональное медиаобразование: среда, методики, технологии - 3 (9,6%)

Таким образом, под «самоназванием» «Исследования региональных СМИ» скрыты как минимум десять вполне самостоятельных, различных направлений исследований. Для многих из них предметом являются не собственно региональные СМИ, а общие закономерности медиа. Региональные СМИ в этих случаях всего лишь представляют эмпирический материал (исследования просто проводятся на материале, «на примере» СМИ того или иного региона). Но есть группа исследований, которые носят принципиально региональный характер. Где предметом исследования является т о или иное проявление региональности, трансформация самого понятия в парадигме «глобальный – региональный».. Это исследования, рассматривающие локальные и региональные медиарынки, региональные медиасистемы как локальные институты, этно-национальную специфику таких систем, или, напротив, сугубо частные проявления «региональности» - именно региональную трансформацию конкретного медиа.

Поэтому для формирования адекватного тезауруса представляется принципиально важным разделить эти сегменты исследований и по-разному маркировать их в будущей типологии.

Возможная классификация направлений научных исследований может использовать классификацию медиа-исследований, предложенную НАММИ, с некоторыми дополнениями, тогда многообразие заявленных направлений исследований может быть распределена по следующим номинациям:

1. масс-медиа как социальный институт (теория коммуникации и журналистика, медиаобразность в социальных коммуникациях, СМИ и право);
2. организации и процесс производства продуктов масс-медиа (медиаэкономика, медиаменеджмент, медиамаркетинг);
3. аудитория масс-медиа (трансформации, классификация, уровень медиаинформационной грамотности, медиापоведение, медиаактивность, медиаобразование) ;
4. эффекты масс-медиа (медиапсихология, медиасоциология, медиаметрия) ;
5. профессиональный аспект масс-медиа в условиях цифровой среды и мультимедийности (мультимедийность и конвергенция);
4. тексты масс-медиа (журналистика и литература (фикшн и нонфикшн, включая публицистику, медиакритик месс-медиа дискурс и медиатексты);
7. Медиарегионалистика (объективные процессы регионализации медиа, в том числе под воздействием факторов глобализации) .

Последняя группа принципиальна – в условиях регионального разнообразия страны специальное направление в исследовании масс-медиа должно быть специально выделено и четко спозиционировано.

Вывод:

1. Реальная картина состояния российских медиа-исследований в российских регионах, в целом. отражает основные тенденции и направления трансформации национальной и региональных медиасистем.
2. Сдерживающим фактором является слабая консолидация усилий российских исследователей, разрозненность и необобщенность результатов, отсутствие единых баз данных, каталогов и т.д.

3. Для продолжения исследования и последующей классификации российских медиа-исследований необходим уточненный и усовершенствованный исследовательский инструмент. Он должен объединять, как минимум, две позиции: согласованную классификацию научных исследований (типологию); второе – индексы интенсивности, глубины научных разработок. С включением этих двух позиций станет возможным создание более полного и работоспособного инструмента исследований, который окажет влияние и на процессы систематизации и классификации исследуемых феноменов.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Национальная ассоциация исследователей масс-медиа (НАММИ) // <http://nammi.ru/>
- *Журналистское образование в России: Справочник*, М., МедиаМир, 2007.
- *Справочник аккредитованных вузов «Все вузы страны»* // <http://abitur.nica.ru/>.

Alexander Chernov

## SURVEYS OF MASS MEDIA IN THE RUSSIAN REGIONS

### Resume

*The article deals with the present-day situation in Mass Media Studies held by regional Universities in Russia. The collection and systematization of these data is caused by the need to build a taxonomy of research projects in the regions and also to unify the efforts of scholars, higher education institutions and research centers in various regions. The changes in the national media system demand some changes in means and tools of Mass Media Studies. It is an important sphere of attention for the recently created National Association of Mass Media Researchers.*

#### *Conclusions:*

*1. Mass Media Studies in the Russian regions reflect the main tendencies and the directions of transformations in national and regional media systems.*

*2. A constraining factors in Russian Mass Media Studies development are the lack of cooperation and data sharing between researchers and the lack of unified databases, catalogs etc.*

*3. An up-to-date and modernized research tool is needed to continue the studies and to present a classification of Russian media research. It should include, on the one hand, the improved classification of research and, on the other hand, the degree of research activity and the depth of research that will help to create a more efficient research tool.*

*Key words: mass-media research, russian regional media researches, typology and classification of media research, National Association of Media Researchers.*