

ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

THEORY OF JOURNALISM

УДК 17.022.1

EDN [YIVTGJ](#)DOI [10.17150/2308-6203.2022.11\(4\).657-679](#)

Научная статья



«Ценности» в российском научном дискурсе

Демина И.Н.

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация,
idemina.irk@gmail.com

Аннотация. Ценности определяют жизненные приоритеты, именно поэтому тема исследования является актуальной. Задача исследования: выявление частотности и динамики обращения исследователей социогуманитарной сферы к данному феномену. Исследование проведено на основе количественных данных научной электронной библиотеки *eLibrary.Ru* по запросу термина «ценности» за последние пять лет (с 2018 по 2022 гг.) по следующим научным отраслям (рубрики ГРНТИ): «Общественные науки в целом», «Философия», «Социология», «Экономика. Экономические науки», «Политика. Политические науки», «Культура. Культурология», «Психология», «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Проанализировано количество публикаций, в названии которых присутствует термин «ценности», в том числе определены: структура всех публикаций по типам, по рубрикам ГРНТИ, динамика числа статей, материалов конференций и научных монографий, в названии которых фигурируют «ценности» по отраслям наук (2018–2022 гг.). По результатам исследования сделаны выводы по возможности и обоснованности использования научной электронной библиотеки *eLibrary.Ru* в подобных количественных и качественных исследованиях. При просмотре публикаций, в названии которых присутствуют «ценности» во всех рубриках ГРНТИ оказалось, что в рубрике «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» эта тематика, видимо, не кажется авторам достаточно актуальной (по сравнению с другими рубриками в этой — самое маленькое число публикаций), хотя она очень востребована в научно-образовательном процессе как предмет (профессиональная этика, деонтология и аксиология журналистики) и объект профессиональной журналистской деятельности, если говорить о транслируемых в медиа ценностях. Общим итогом исследования является вывод о важности дальнейшей научной дискуссии по проблемам ценностей и необходимости актуализации данной темы во всех областях социально-гуманитарного знания и в исследованиях журналистики и медиа.

Ключевые слова. Ценности, публикации, общественные науки, медиа, журналистика, социология, политика.

Информация о статье. Дата поступления 3 ноября 2022 г.; дата поступления после доработки 8 ноября 2022 г.; дата принятия к печати 18 ноября 2022 г.; дата онлайн-размещения 15 декабря 2022 г.

Original article

“Values” in Russian Scientific Discourse

Irina N. Demina 

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, idemina.irk@gmail.com

Abstract. Values determine life priorities, which is why the research topic is relevant. Research objective: to identify the frequency and dynamics of the appeal of researchers in the socio-humanitarian sphere to this phenomenon. The study was conducted on the basis of quantitative data from the scientific electronic library eLibrary.Ru at the request of the term “values” for the last five years (from 2018 to 2022) in the following scientific fields (headings of SRSTI): “Social sciences in general”, “Philosophy”, “Sociology”, “Economics. Economic sciences”, “Politics. Political sciences”, “Culture. Culturology”, “Psychology”, “Mass Communication. Journalism. Mass Media”.

The study analyzed the number of publications with the term “values” in their titles including the following: the structure of all publications by type, by SRSTI headings, the dynamics of the number of articles, conference proceedings and scientific monographs, and the titles with the word “values” by branches of science (2018–2022). Based on the results of the study, conclusions were drawn on the possibility and validity of using the scientific electronic library eLibrary.Ru in such quantitative and qualitative studies. The analysis of the publications showed that the articles with “values” in their titles were in the section of “Mass Communication. Journalism. Mass Media”. This topic does not be quite relevant (compared to other headings). It has the smallest number of publications, although, it is very much in demand in the scientific and educational process as a subject (professional ethics, deontology and axiology of journalism) and the object of professional journalistic activity, if we talk about the values communicated in the media. The general result of the study is the conclusion about the importance of further scientific discussion on the problems of values and the need to update this topic in all areas of social and humanitarian knowledge and in journalism and media studies.

Keywords. Values, publications, social sciences, media, journalism, sociology, politics.

Article info. Received November 3, 2022; revised November 8, 2022; accepted November 18, 2022; available online December 15, 2022.

Введение

Общечеловеческие понятия «ценности», «мировоззрение», «идеология» всегда находятся в центре внимания общегуманитарного знания, но в настоящее время очевидно, что обсуждение этих научных терминов становится особенно актуальным. Сущность, бытие, поведение человека определяют его мировоззрение, как целостное представление о природе, обществе и т.д., а оно, в свою очередь,

находит выражение в системе ценностей и идеалов личности, социальной группы, общества. Система ценностей (господствующие представления о том, что считать хорошим, правильным или желательным) может быть присуща индивиду, отдельным социальным группам, обществу, сложившемуся в каких-то географических или других границах. Ценности определяют жизненные приоритеты, которые для каждого индивида имеют

свой особый смысл. Идеология также является предметом дискуссий, находящихся в поле исследований социогуманитарного знания.

Ценности находятся в поле зрения философии, социологии, политологии, культурологии, психологии, экономических и других наук. В философии представлен целый раздел, полностью посвященный ценностям — аксиология (изучает вопросы, связанные с природой ценностей, их местом в реальности и структурой ценностного мира, то есть о связи различных ценностей между собой, с социальными и культурными факторами и структурой личности¹), которая активно внедряется во многие другие научные отрасли, в частности, в теорию журналистики. Целью статьи является количественный анализ научных публикаций, посвященных ценностям, не претендующий на обзор представлений или дискуссию о сущности ценностей в социогуманитарных науках, представляющих дискурс по указанной теме. Задачей исследования является выявление частотности и динамики обращения исследователей социогуманитарной сферы к данному феномену. Обращаясь к заявленной теме, автор отдает себе отчет в некоторой ограниченности исследования и предлагает продолжить дискуссию, возможно включая в нее качественный анализ, взаимосвязи термина «ценности» с другими сущностными объектами и т.д.

Анализируя количественный аспект обращения к ценностям, как

предмету исследования, автор также принимает во внимание, что, сравнивая количество обращений к данному термину разных наук, их представители в понятие «ценности» могут вкладывать разные смыслы. Так, утилитарное понимание ценности — это характеристика предмета, обозначающая признание его значимости. В этой связи разделяются понятия «Материальные ценности» и «Духовные ценности». В философии ценности — указание на личностную, социально-культурную значимость определенных объектов и явлений. В экономике ценность часто — синоним понятия «потребительная стоимость», то есть значимость, полезность предмета для потребителя. В психологии система ценностей тесно связана с понятием «мотивация», и представители этой науки подразумевают под ценностями то, что индивид ценит в окружающем его социуме. Все эти аспекты изучения ценностей можно объединить словом «значимость».

Для теории журналистики ценности представляют интерес в двух аспектах. Во-первых, аксиология самой журналистики как практической деятельности. В учебных планах направления «Журналистика» обязательна дисциплина «Профессиональная этика» для бакалавров; для магистрантов она часто расширяется и трактуется как аксиология и деонтология (раздел этики, в котором рассматриваются проблемы долга и моральных требований) журналистики. Не углубляясь в теоретизирование, можно сказать, что в «ядре» этих научных отраслей находятся ценности.

Второй аспект рассмотрения взаимосвязи ценностей с журналистикой как социальной практикой — вопрос, является ли журналистика и каналы

¹ Словарь русского языка : в 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований. 4-е изд., стер. М. : Рус. яз. 1999. URL: <http://feb-web.ru/feb/mas/mas-abc/09/ma163029.htm?cmd=0&istext=1>.

коммуникации площадкой для трансляции ценностей или выполняет функцию форума для обсуждения и выработки ценностей. Пожалуй, последней теоретической работой в данной области является сборник научных статей «Массмедиа и ценностные отношения общества», вышедший еще в 2013 г. [1, 2]. В настоящее время, как никогда, актуально рассмотрение этих проблем в социально-гуманитарных науках. В данной статье представлена попытка анализа лишь количественных показателей, косвенно проливающая свет на современные российские исследования.

Методология

Исследование проведено на основе количественных данных научной электронной библиотеки *eLibrary.Ru* по запросу термина «ценности» за последние пять лет (с 2018 по 2022 гг.). В запросе «где искать?» был выбран пункт «в названии публикации». Для данного исследования были выбраны ограничения для типизации исследования. Предположительно, если расширить область исследования, включив в нее варианты «в аннотации», «в ключевых словах», «в полном тексте публикации», данные были бы несколько иными.

Исследование проведено по следующим типам публикаций, в названиях которых присутствует термин «ценности»: статьи в журналах, книги, материалы конференций. Мы не затрагивали депонированные рукописи, а диссертаций, в названиях которых есть «ценности», в *eLibrary.Ru* вовсе не удалось найти, возможно, потому что в параметрах был выбран пункт «искать в публикациях, имеющих полный текст на *eLibrary.Ru*».

Для поиска результатов была выбрана тематика. Как уже было сказано, для многих социально-гуманитарных наук ценности могут являться предметом исследования, для данной статьи в тематическом рубрикаторе были выбраны следующие научные отрасли (рубрики ГРНТИ).

1. Общественные науки в целом.
2. Философия.
3. Социология.
4. Экономика. Экономические науки.
5. Политика. Политические науки.
6. Культура. Культурология.
7. Психология.
8. Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ.

Это также несколько ограничивает исследование, так как обсуждение ценностей — не исключительная прерогатива именно этих наук, но мы предположили, что для перечисленных отраслей эта тематика наиболее близка.

Еще одно ограничение исследования — некоторые публикации повторяются в нескольких тематиках, так как в *eLibrary.Ru* можно заявлять одну и ту же публикацию по трем областям науки. К сожалению, это ограничение невозможно «обойти», но возможно учитывать при дальнейших исследованиях.

Результаты исследований (по количеству статей, книг, материалов конференций) были сгруппированы в итоговую таблицу, по данным которой методами статистического анализа, сравнения, динамики по годам сделаны определенные выводы.

Результаты исследования

Результаты исследования представлены в табл. 1.

Таблица 1 / Table 1

Количество публикаций, в названии которых присутствует термин «ценности»*

The Number of Publications in Which the Term “Value” is Mentioned

Го- ды / Years	Тематика (рубрики ГПНТИ) / Topics (headings SRSTI)								Ито- го / Total
	Обще- ствен- ные науки в целом / Social Sciences in Gen- eral	Фило- со- фия / Philo- sophy	Соци- оло- гия / Socio- logy	Эконо- мика. Эконо- мические науки / Economy. Economic Sciences	Поли- тика. По- лити- ческие науки / Politics. Political Science	Культу- ра. Культу- рология / Culture. Culturo- logy	Пси- холо- гия / Psy- cho- logy	Массо- вая ком- муни- кация. Журна- листика. СМИ / Mass Communi- cation. Journal- ism. Mass Media	
<i>Статьи в научных журналах / Articles in Scientific Journals</i>									
2018	49	82	81	91	50	20	60	5	438
2019	153	174	184	254	129	64	142	18	1 118
2020	152	193	181	257	106	59	136	18	1 102
2021	218	185	182	261	102	53	139	18	1 158
2022	209	111	98	131	60	25	69	5	708
Итого	781	745	726	994	447	221	546	64	4 524
<i>Книги / Books</i>									
2018	8	10	7	12	9	5	9	1	61
2019	2	7	7	7	4	3	7	2	39
2020	–	5	3	5	3	1	5	1	23
2021	4	5	3	6	1	3	-	1	23
2022	5	4	6	4	1	2	4	-	26
Итого	19	31	26	34	18	14	25	5	172
<i>Материалы конференций / Conference Proceedings</i>									
2018	69	55	64	59	23	20	46	5	341
2019	25	48	69	58	26	26	45	5	302
2020	11	17	27	29	12	9	19	1	125
2021	61	26	23	27	15	6	19	2	179
2022	85	46	36	73	13	15	36	4	308
Итого	251	192	219	246	89	76	165	17	1 255

* Составлена автором по данным поиска в eLibrary.Ru (даты обращения 17–24.10.2022).

По данным табл. 1 проведено исследование в нескольких аспектах. На рис. 1 представлена структура всех публикаций, в названии которых присутствуют «ценности», по

типам (научные статьи, материалы конференций и книги).

Вполне ожидаемо, и это нашло свое подтверждение в исследовании, наибольшую долю в общем числе на-

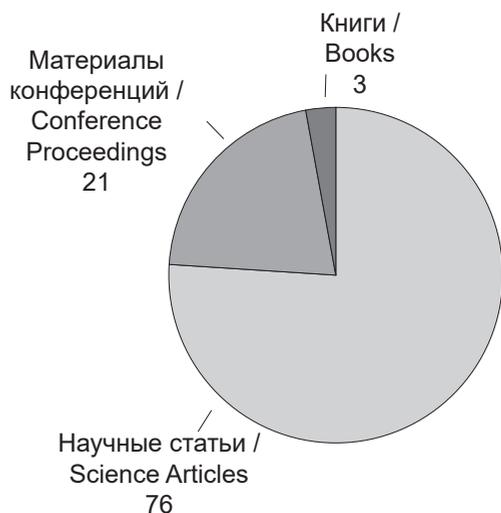


Рис. 1. Структура всех публикаций по типам, %
Pic. 1. Structure of All Publications by Type, %

учных публикаций (5 946) составляют статьи (4 524 или 76 %), материалы конференций — на втором месте (1 255 или 21 %), наконец, книги — на третьем месте (172 или 3 %).

Структура всех публикаций (сумма количества статей, материалов конференций и книг) по научной тематике (рубрики ГРНТИ) показана на рис. 2.

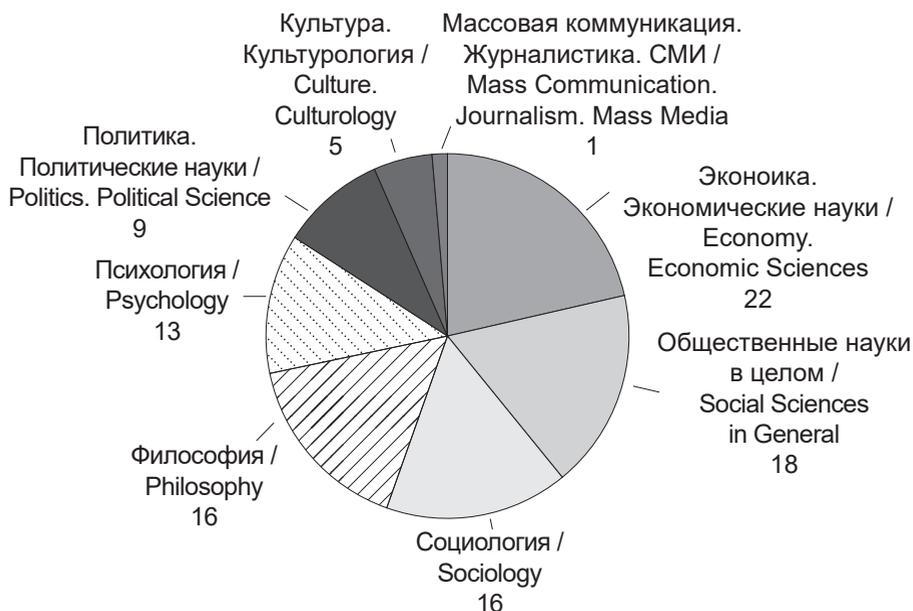


Рис. 2. Структура всех публикаций по рубрикам ГРНТИ
Pic. 2. Structure of All Publications by SRSTI Headings

Несколько неожиданным оказалось, что наибольшее количество публикаций, посвященных ценностям, относится к рубрике «Экономика. Экономические науки» — 1 274 (22 %). В данном тексте не проводится сплошное исследование всех публикаций и по этой, и по другим рубрикам ГРНТИ в *eLibrary.Ru*, в которые попали тексты, в чьих названиях присутствуют «ценности». Автор лишь просмотрел эти статьи, книги и материалы конференций.

При просмотре попавших в список публикаций по данной рубрике оказалось, что «разброс» аспектов рассмотрения ценностей очень широк: от общетеоретических проблем ценностей (например, «Общациональные российские ценности в контексте формирования коллективной идентичности» [3] или «Ценности и материализм как предикторы проэкологического отношения» [4], обсуждение мультикультурализма глобального мира [5] традиционных ценностей в увязке с институциональным качеством [6]), ценностей отдельных общностей (к примеру, «Жизненные ценности и субъективное благополучие коренных малочисленных народов Арктической зоны (на примере ненцев)» [7]) до публикаций, касающихся роли социально-политических ценностей как основания политической и экономической модернизации России [8].

Еще один блок публикаций рубрики «Экономика. Экономические науки» — публикации, посвященные вполне прагматичным, утилитарным проблемам в увязке ценностей и бизнеса. Некоторые из работ: «Формирование концепции устойчивого развития на корпоративном уровне: теории "создания общей ценности" и "устойчивой ценности"» [9], «Цен-

ности в современном бизнесе: проблема внедрения религиозно-сертифицированных продуктов» [10], «Механизм формирования потребительской ценности в системе трейд-маркетинга» [11].

На втором месте по числу публикаций данной тематики — общественные науки в целом — 1 051 или 18 %. В этом исследовании, повторюсь, не являлось целью качественное изучение публикаций, но по каждой рубрике автор просматривал перечень публикаций. Из наблюдений: очень много публикаций, как и в экономических науках, на иностранных языках — английский, болгарский, киргизский и т.д. Некоторые работы из общественных наук в целом посвящены общим вопросам: «Сущность и содержание понятия "ценности"» [12], в списке присутствуют тексты о ценностях россиян и их отдельных общностей: «Глобальные сети создания ценности: уроки для России» [13], «Важнейшие ценности современных россиян» [14], «Доминирующие ценности как фактор интеграции разных поколений российских военнослужащих» [15], темами для обсуждения являются лингвистические изыскания на тему ценностей («Испано-южноамериканские и бразильские демонимы: морфосинтаксическая структура и аксиологические ценности» [16]), сравнение ценностей российских и иностранных граждан («Традиционные ценности в воспитании молодежи в России и Китае» [17]), духовные ценности в литературе («Духовные ценности в книгах "Шумки из граба" и "Дикие рассказы". Николай Хайтов» [18]).

Примерно одинаковое количество публикаций (по 16 %), посвященных ценностям, продемонстрирова-

ли «Социология» (971 публикация) и «Философия» (968 публикаций).

В корпусе публикаций в рубрике «Социология» также присутствуют работы, касающиеся общетеоретических представлений о ценностях (например, «Ценности вечные и ценности преходящие» [19], «Базовые человеческие ценности и ценности политические» [20]), и тексты, в которых рассматриваются конкретные вопросы, стоящие перед отдельными общностями («Духовные ценности современной молодежи: мозаичность и Ключевые ценности» [21], «Культурные, моральные и интеллектуальные ценности в высшем образовании XXI в.» [22], «Социокультурные ценности и ценности организационной культуры как предпосылки различий в социально-психологическом возрасте персонала» [23]).

При рассмотрении публикаций тематики «Философия» просматривается та же картина: присутствуют работы, посвященные фундаментальным понятиям («Мера актуальности ценности и мера ценности актуальности» [24], «Вечные ценности жизни и жилища» [25]), и конкретные исследования («Ценности религии vs ценности светской морали: причины конфликтогенности» [26], «Семейные ценности и ценности семьи: соотношение понятий» [27], «Профессиональные достоинства педагога и их роль в процессе обучения и воспитания» [28], «Создание организационной стратегии на основе цепочки создания стоимости в кластере молока» [29]).

В рубрике «Психология» научной электронной библиотеки удалось найти 736 публикаций (13 % от общего числа). Среди проблем, изучаемых психологами, также присут-

ствуют и общетеоретические работы («"Традиционные семейные ценности" в современном мире: проблемы и перспективы» [30]), и исторический аспект рассмотрения ценностей («Жизненные ценности советской интеллигенции 70-х годов» [31]), и исследования ценностей в меняющемся мире («Традиционные и инновационные ценности в информационном обществе: проблема интерференции» [32]), и тексты о ценностях других стран и социальных групп («Духовно-нравственные ценности как ресурсы и эгоцентрические ценности как препятствия для личностного развития в ранней взрослости» [33], «Ценности в современном образовании и нравственном воспитании личности» [34], «Содержание понятия "духовно-нравственные ценности" в гуманитарном знании Германии» [35], «Гендер в законе и семейные ценности: в поисках баланса» [36], «Воспринимаемые ценности и поведение пользователей при покупке атрибутов онлайн-игр: гендерный обзор» [37]).

В рубрике ГРНТИ *eLibrary.Ru* «Политика. Политические науки» находятся 554 публикаций (9 %). Разброс проблем и в этой тематике очень широк. Как и в предыдущих рубриках, в этой — общетеоретические работы («Общечеловеческие ценности и права человека: международно-правовые аспекты» [38], «Правовые ценности как средство гармонизации публичного и частного интереса» [39]), ценности современной молодежи («Политические ценности и настроения современной молодежи» [40], «Патриотические ценности как основа нравственного воспитания студенческой молодежи» [41]), ценности в дискурсе гео-

графических и страновых различий («Социальные и культурные ценности в американском веб-дискурсе» [42], «Киргизская государственность: демократия, народная революция и национальные ценности» [43]).

В разделе «Культура. Культурология» — 311 публикаций (5 % от всех публикаций). Разброс тематики также очень широк: от рассмотрения глобальных ценностей («Глобальные ценности глобального мира» [44]) до проблем частных, касающихся современного состояния предмета («Новые потребительские ценности в эпоху цифровизации» [45], «Национально-региональные ценности и локальная идентичность» [46], «Этноконфессиональные духовно-нравственные ценности как основа формирования национальной идентичности, гражданского мира и согласия» [47]).

Меньше всего публикаций, в названии которых фигурируют «ценности», в разделе «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Нас в наибольшей степени интересуют количественные показатели именно по этой тематике (рубрика ГРНТИ). Всего таких публикаций 81 (1 %). В результате предварительного просмотра оказалось, что со времени обсуждения ценностей в начале 2010-х гг. [48] ценности, по крайней мере, на протяжении последних пяти лет, не в большой мере занимали внимание исследователей журналистики и СМИ по сравнению с другими областями социально-гуманитарного знания.

Как и предполагалось, в публикациях прослеживаются два направления. Первое — ценности самих журналистов и медиа, т.е. основания этики, аксиологии и деонтологии журналистики как профессиональной

деятельности. К ним относятся, например, «Профессиональные ценности журналистики и проблема критического нигилизма» [49], «Ценности как ориентир коммуникативных действий» [50], «Независимые сетевые издания в новой информационной среде: трудности и ценности» [51], «Традиционные профессиональные ценности в новых медиаформатах» [52]. Второе направление исследований, опубликованных в научной литературе — ценности как объект практической, профессиональной деятельности журналистов. Это — «Качество и ценности как объекты социальноэкономической среды российского медиабизнеса» [53], «Западные ценности как инструмент манипуляции общественным сознанием и вмешательства во внутренние дела других стран» [54], «Традиционные российские духовно-нравственные ценности и некоторые особенности их отображения в аудиовизуальном контенте» [55], «Эмоциональные и эстетические ценности как основа популярности ТВ-программ: опыт сопоставительного анализа» [56], «Духовно-нравственные ценности в православных СМИ» [57], «Влияние социальных сетей на политические ценности российской молодежи» [58], «Либеральные и традиционные ценности в зеркале СМИ» [59], «Цифровая политическая коммуникация в России: ценности гуманизма против технократического подхода» [60] и др.

В результате просмотра текстов обнаружился и третий аспект рассмотрения ценностей в данной рубрике: ценности в рекламной деятельности и маркетинговых коммуникациях. Два примера: «Антиценности и новые ценности как средство рекламного воздействия»

[61], «Непреходящие ценности: способы транслирования культурного богатства как туристического потенциала страны в рекламных текстах» [62] и др. Это закономерно: рубрика называется «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ», стало быть, объектом исследования являются не только медиа и журналистика, но и массовая коммуникация, составная часть которой — маркетинговые коммуникации.

В рамках исследования были построены графики, отражающие динамику числа публикаций с 2018 по 2022 г., отдельно по количеству статей (рис. 3), количеству книг (рис. 4) и по количеству материалов конференций (рис. 5). Каждая кривая отражает динамику по отдельной рубрике ГРНТИ.

Из графиков видно, что число статей, посвященных ценностям (рис. 3),

остается относительно постоянным на протяжении пяти лет. Некоторое снижение количества статей в 2022 г. объясняется тем, что до конца года авторы еще будут публиковаться, а в научной библиотеке статьи будут индексироваться и далее. Число книг на протяжении этого времени также остается постоянным, но можно констатировать, что оно возрастает в 2022 г. по трем научным отраслям: «Общественные науки в целом», «Социология» и «Психология». Что касается материалов конференций, их количество, в отличие от статей и книг, показывает устойчивый рост во всех научных рубриках в 2022 г. (кроме 2020 г., но это, предполагаю, объясняется какой-то спецификой самой системы *eLibrary.Ru*), значит, можно надеяться, что тематика и проблематика ценностей, вслед за обсуждением на конференциях, будет активно



Рис. 3. Динамика числа статей, в названии которых фигурируют «ценности» по отраслям наук (2018-2022 гг.)

Pic. 3. Dynamics of the Number of Articles in the Title of Which “Values” Appear by Branches of Science (2018–2022)



Рис. 4. Динамика числа книг, в названии которых фигурируют "ценности" по отраслям наук (2018-2022 гг.)

Pic. 4. Dynamics of the Number of Books With "Values" in Their Titles by Branches of Science (2018–2022)



Рис. 5. Динамика материалов конференций, в названии которых фигурируют «ценности» по отраслям наук (2018-2022 гг.)

Pic. 5. Dynamics of Conference Proceedings, in the Title of Which "Values" Appear by Branches of Science (2018–2022)

нарастать и в корпусе научных статей и книг. К сожалению, в рубрике «Массовая коммуникация. Журнали-

стика. СМИ», в отличие от других рубрик, не наблюдается значительного роста ни в одном типе научных пу-

публикаций (статей, книг и материалов конференций).

В табл. 2 показано количество публикаций из всех источников, включая статьи в журналах, книги и материалы конференций, по рубрикам и рассматриваемым годам.

Для наглядности число всех публикаций, в названии которых есть термин "ценности", суммарно представлено на рис. 6.

Рис. 6 и табл. 2 ясно показывают, что суммарное число научных публикаций по теме колеблется из года в год. Небольшое количество публикаций в 2022 г. объясняется тем, что данные по всему году можно будет

оценить только на протяжении 2023 г, когда все работы будут проиндексированы в *eLibrary.Ru*. Эти же данные свидетельствуют о том, что, как уже было сказано, наибольшее количество публикаций и по каждому году за исследуемый период, и суммарно за 2018–2022 гг. показали «Общественные науки в целом» (1 051 текст), наименьшее — «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» (85).

Итоговый график, на котором показано число публикаций (суммарно по всем рубрикам ГРНТИ) отдельно по научным статьям, книгам и материалам конференций, демонстрирует рис. 7.

Таблица 2 / Table 2

**Количество публикаций из всех источников
(статьи в журналах + книги + материалы конференций)
Number of Publications from All Sources
(Articles in Journals + Books + Conference Proceedings)**

Годы / Years	Тематика / Topics								
	Общественные науки в целом / Social Sciences in General	Философия / Philosophy	Социология / Sociology	Экономика. Экономические науки / Economy. Economic Sciences	Политика. Политические науки / Politics. Political Science	Культура. Культурология / Culture. Culturology	Психология / Psychology	Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ / Mass Communication. Journalism. Mass Media	Итого / Total
2018	126	147	152	162	82	45	115	11	840
2019	180	229	260	319	159	93	194	25	1 459
2020	163	215	211	291	121	69	160	20	1 250
2021	283	216	208	294	118	62	158	20	1 359
2022	299	161	140	208	74	42	109	9	1 042
Итого	1 051	968	971	1274	554	311	736	85	5 950

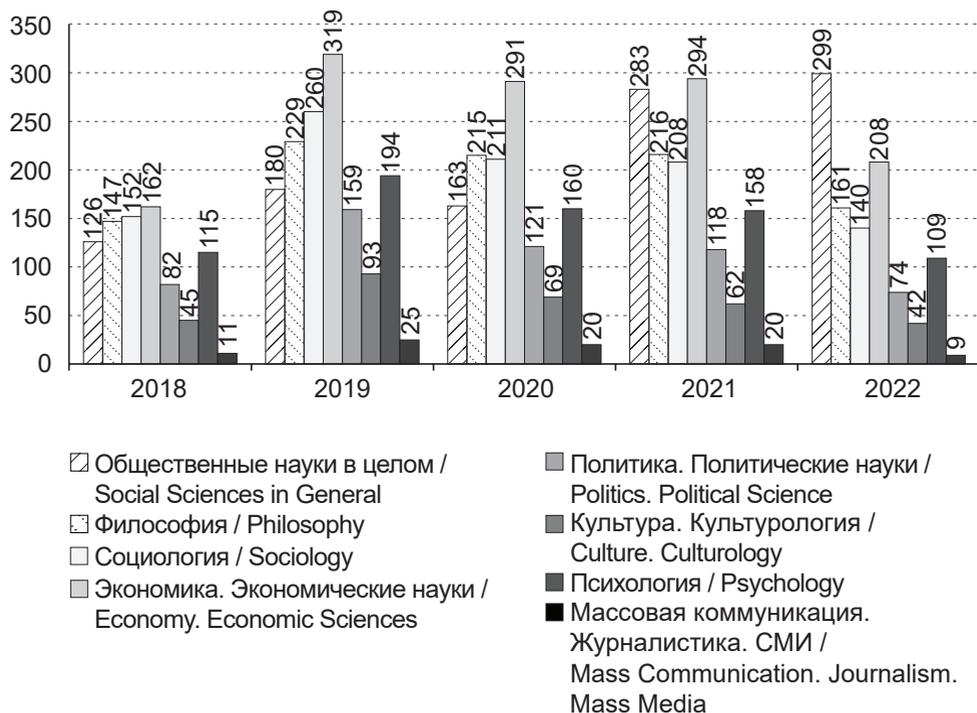


Рис. 6. Число всех публикаций, в названии которых фигурируют «ценности»

Pic. 6. Number of All Publications With “Malues” in the Title



Рис. 7. Число публикаций, в названии которых фигурируют «ценности»

Pic. 7. Number of Publications With “Values” in the Title

На графике также четко определяется рост числа научных статей, максимальное количество которых наблюдалось в 2021 г. (1 158) и материалов конференций (заметное увеличение в 2022 г. — 308).

Выводы и дискуссия

В результате количественного исследования научного дискурса по проблематике «ценности» были сделаны следующие выводы.

Научная электронная библиотека *eLibrary.Ru* предоставляет уютную и удобную площадку для количественных исследований по любой тематике. В данном исследовании вниманию научной общественности предлагается только количественное исследование, но в дальнейшем возможны и качественные исследования с разными фильтрами (рубрика ГРНТИ, тип публикаций, периоды времени, названия, ключевые слова, доступность текстов, авторы и т.д.).

Эта же площадка демонстрирует и некоторые ограничения: так, многие научные тексты индексируются в нескольких рубриках ГРНТИ, поэтому наблюдается повторный счет публикаций, включенных в несколько рубрик. Видимо именно поэтому максимальное число публикаций в рубрике «Общественные науки в целом» объясняется, прежде всего, этим фактом.

В научной электронной библиотеке проиндексировано множество текстов не только на русском, но и на других языках — прежде всего, английском, а также болгарском, таджикском, киргизском, узбекском и др. Авторы пишут на родном языке и публикуются в отечественных и собственных журналах, сборниках материалов конференций. Это говорит

о международном интересе к теме и обогащает научный дискурс.

Большинство текстов, посвященных обсуждению ценностей за пять лет (с 2018 по 2022 гг.) — это научные статьи (почти 76 %). На втором месте — материалы конференций (чуть меньше 21 %), на третьем — монографии (оставшиеся 2 с лишним процента). Больше всего из всех рубрик ГРНТИ публикаций, в названии которых встречаются «ценности», принадлежит рубрике «Экономика. Экономические науки» (1 274), меньше всех — в рубрике «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ» (81).

При просмотре публикаций, посвященных ценностям, выяснилось, что термин «ценности», как и следовало ожидать, употребляется авторами во множестве значений в зависимости от научной области, поэтому в корпусе статей можно встретить, например, «ценность породы скота» и пр. Это удивительно, принимая во внимание исследуемые рубрики ГРНТИ в *eLibrary.Ru*, но приходится считаться с этим фактом. В данном исследовании поиск осуществлялся по социально-гуманитарным рубрикам, и имелась в виду ценность как философско-социальная категория.

При рассмотрении количества публикаций выяснилось, что научный интерес к данной тематике постоянен и находится на примерно одинаковом уровне на протяжении исследуемого периода. Это касается каждого из типов публикаций (статей, книг и материалов конференций). При этом видно, что в последнем исследуемом году этот интерес актуализировался — число материалов конференций в 2022 г. увеличилось, несмотря на то, что

количество текстов еще увеличится до конца текущего года, но это будет видно по итогу 2022 г. Можно прогнозировать, что, вслед за опубликованными материалами конференций, в будущем и последующими годами возрастет и число научных статей и монографий после апробации на конференциях и в связи с актуализацией научной темы, запросом на нее научной общественности и российского общества в целом.

Особый интерес представляла для нас рубрика «Массовая коммуникация. Журналистика. СМИ». Приходится констатировать, что для авторов в этой области тема, видимо,

не кажется достаточно актуальной, хотя эта тематика очень востребована в научно-образовательном процессе как предмет (профессиональная этика, деонтология и аксиология журналистики) и объект профессиональной журналистской деятельности, если говорить о транслируемых в медиа ценностях.

Общим итогом исследования является вывод о важности дальнейшей научной дискуссии по проблемам ценностей и необходимости актуализации данной темы во всех областях социально-гуманитарного знания и в исследованиях журналистики и медиа.

Список использованной литературы

1. Демина И.Н. Ценности в жизни общества: характеристика социальной роли / И.Н. Демина. — EDN [TWZBNJ](#) // Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. — Москва : МедиаМир, 2013. — С. 17–24.
2. Демина И.Н. Ценности в системе массовой коммуникации экономики / И.Н. Демина. — EDN [TWZBMZ](#) // Массмедиа и ценностные отношения общества / под ред. Г.В. Лазутиной. — Москва : МедиаМир, 2013. — С. 181–200.
3. Савин С.Д. Общациональные российские ценности в контексте формирования коллективной идентичности / С.Д. Савин, М.С. Касабуцкая. — DOI 10.21638/spbu12.2019.106. — EDN [GEAWJQ](#) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. — 2019. — Т. 12, № 1. — С. 82–97.
4. Uram P. Values and Materialism as Predictors of Pro-Environmental Attitudes / P. Uram, S. Skalski, A. Kwiatkowska. — DOI 10.33910/herzenpsyconf-2021-4-87. — EDN [ZATGNR](#) // The Herzen University Studies: Psychology in Education. — 2021. — No 4. — P. 678–686.
5. Pilyushenko A.V. The Phenomenon of Multiculturalism as the Ideological Value of the Global World / A.V. Pilyushenko. — DOI 10.22213/2618-9763-2022-1-76-80. — EDN [LZPPOM](#) // Social'no-E'konomicheskoe Upravlenie: Teoriya i Praktika. — 2022. — Vol. 18, no 1. — P. 76–80.
6. Berk, N. Traditional Values and Institutional Quality / N. Berk, N. Madmarov. — DOI 10.14530/se.2021.3.038-058. — EDN [YPHHPT](#) // Spatial Economics. — 2021. — Vol. 17, no 3. — P. 38–58.
7. Life Values and Subjective Well-being of the Indigenous Small-Numbered Peoples of the Arctic Zone (Based on the Example of the Nenets) / E.V. Zabelina, S.A. Kurnosova, I.A. Trushina [et al.]. — DOI 10.17516/1997-1370-0623. — EDN [IUKPHS](#) // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. — 2020. — Vol. 13, no 6. — P. 997–1006.
8. Великая Н.М. Социально-политические ценности в образе будущего российских граждан как основание политической и экономической модернизации страны / Н.М. Великая, О.П. Новоженина. — DOI 10.35775/PSI.2021.67.3.002. — EDN [JIGAFN](#) // Вопросы политологии. — 2021. — Т. 11, № 3 (67). — С. 596–605.
9. Старикова Е.А. Формирование концепции устойчивого развития на корпоративном уровне: теории «создания общей ценности» и «устойчивой ценности» / Е. А. Старикова. — EDN [UVXVFA](#) // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2018. — Т. 2, № 6. — С. 163–167.

10. Мавунту Д.Х. Ценности в современном бизнесе: проблема внедрения религиозно-сертифицированных продуктов / Д.Х. Мавунту. — DOI 10.34670/AR.2020.92.68.013. — EDN [UHSAVI](#) // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. — 2020. — Т. 9, № 2А. — С. 121–128.

11. Германчук А.Н. Механизм формирования потребительской ценности в системе трейд-маркетинга / А.Н. Германчук. — EDN [NIJZWL](#) // Сборник научных работ серии «Государственное управление». — 2019. — № 16. — С. 146–158.

12. Болгова А.В. Сущность и содержание понятия «ценности» / А.В. Болгова. — EDN [EGCCEK](#) // Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт : междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 15 июня 2018 г. — Белгород, 2018. — С. 53–56.

13. Устюжанина Е.В. Глобальные сети создания ценности: уроки для России / Е.В. Устюжанина. — EDN [EKZXVZ](#) // Научные труды Вольного экономического общества России. — 2019. — Т. 218, № 4. — С. 281–287.

14. Дырин С.П. Важнейшие ценности современных россиян / С.П. Дырин. — EDN [QTJBZC](#) // Современная российская наука: проблемы и перспективы развития : материалы Всерос. науч.-практ. конф., посвященной 25-летию принятия Конституции Российской Федерации, Набережные Челны, 17 нояб. 2018 г / под ред. Р.Г. Назипова, Р.Н. Назмутдиновой. — Набережные Челны, 2019. — С. 167–170.

15. Калинина С.Б. Доминирующие ценности как фактор интеграции разных поколений российских военнослужащих / С. Б. Калинина. — EDN [IZJAQR](#) // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : материалы IV Междунар. науч. конф., Донецк, 31 окт. 2019 г. — Донецк, 2019. — Т. 5. — С. 271–274.

16. Chesnokova O.S. Spanish South American and Brazilian Donyms: Morphosyntactic Structure and Axiological Values / O.S. Chesnokova, M. Radović, I.B. Kotenyatkina. — DOI 10.22363/2313-2299-2021-12-3-576-596. — EDN [UGCRRR](#) // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. — 2021. — Vol. 12, no 3. — P. 576–596.

17. Би Ц. Традиционные ценности в воспитании молодежи в России и Китае / Ц. Би, А.Д. Николаева. — EDN [HKXFMD](#) // Глобальный научный потенциал. — 2019. — № 11 (104). — С. 10–14.

18. Гигова Е. Духовные ценности в книге «Шумки от габър» и «Диви разкази» от Николай Хайтов / Е. Гигова. — EDN [IBLHFH](#) // Хотят ли русские войны : материалы XVI Междунар. форума, Липецк, 18-20 нояб. 2020 г. — Липецк, 2021. — С. 285–288.

19. Васнев Ф. Ценности вечные и ценности преходящие / Ф. Васнев. — DOI 10.51216/2687-072X_2021_2_128. — EDN [NGJAAK](#) // Богословский сборник Тамбовской духовной семинарии. — 2021. — № 2 (15). — С. 128–138.

20. Кугай А.И. Базовые человеческие ценности и ценности политические: концептуальные основания / А.И. Кугай. — EDN [IEROXZ](#) // Актуальные вопросы саморазвития личности: психолого-педагогический аспект : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Йошкар-Ола, 19 мая 2022 г. — Чебоксары, 2022. — С. 157–160.

21. Рахматуллина З.Я. Духовные ценности современной молодежи: мозаичность и ключевые ценности / З.Я. Рахматуллина, С.А. Хисматуллин. — EDN [JIGILM](#) // Информационные войны. — 2022. — № 3 (63). — С. 78–81.

22. Riabova A.L. Cultural, Moral and Intellectual Values of the 21st Century's Higher Education / A.L. Riabova. — DOI 10.48612/HSIR/IRDC.2021.9.17. — EDN [NCCET](#) // Международные отношения и диалог культур. — 2021. — № 9. — С. 182–193.

23. Леонова И.С. Социокультурные ценности и ценности организационной культуры как предпосылки различий в социально-психологическом возрасте персонала / И.С. Леонова. — EDN [BBVHXA](#) // Старшее поколение современной России. — Нижний Новгород, 2022. — С. 64–81.

24. Баранецкий А.Н. Мера актуальности ценности и мера ценности актуальности / А.Н. Баранецкий. — DOI 10.24411/2587-9464-2018-00001. — EDN [YQTWRM](#) // Архонт. — 2018. — № 1 (4). — С. 10–17.

25. Guaragna G. The Permanent Values of Living and Dwelling / G. Guaragna. — EDN [TMTOPW](#) // Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. — 2021. — Т. 1. — С. 115–125.

26. Комлев А.Е. Ценности религии vs ценности светской морали: причины конфликтности / А.Е. Комлев. — EDN [ONTTAT](#) // Журнал философских исследований. — 2020. — Т. 6, № 3. — С. 52–56.
27. Орлова Е.М. Семейные ценности и ценности семьи: соотношение понятий / Е.М. Орлова. — EDN [XIMERT](#) // Современная семья: изменяющиеся смыслы и практики : сб. науч. тр., Курск, 13-14 мая 2019 г. — Курск, 2019. — С. 145–149.
28. Самиев Б.Ч. Фазилатҳои касбии омӯзгор ва нақши онҳо дар раванди таълиму тарбия / Б. Ч. Самиев. — EDN [LPQMFP](#) // Вестник педагогического университета. Серия: Философские науки. — 2021. — № 1-2. — С. 133–138.
29. Исмаилова Н.Р. Сүт кластериндеги нарк чынжырына негизделген уюштууу стратегиясын түзүү / Н.Р. Исмаилова, Н.Б. Бейшекеева. — DOI 10.26104/IVK.2019.45.557. — EDN [BOLHEP](#) // Известия ВУЗов Кыргызстана. — 2021. — № 1. — С. 142–146.
30. Оганесян С.С. «Традиционные семейные ценности» в современном мире: проблемы и перспективы / С.С. Оганесян. — DOI 10.54449/20739532_2022_5-6_52. — EDN [ZYVSSP](#) // Представительная власть — XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. — 2022. — № 5-6 (196-197). — С. 52–62.
31. Рудакова И.В. Жизненные ценности советской интеллигенции 70-х годов / И.В. Рудакова, С.В. Гладченкова. — EDN [JXECIO](#) // Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии). — 2022. — № 2 (20). — С. 36–44.
32. Тупичкина Е.А. Традиционные и инновационные ценности в информационном обществе: проблема интерференции / Е.А. Тупичкина, Н.К. Андриенко, С.И. Семенова. — DOI 10.23951/2307-6127-2022-5-20-29. — EDN [SDDWGWZ](#) // Научно-педагогическое обозрение. — 2022. — № 5 (45). — С. 20–29.
33. Агафонова С.В. Духовно-нравственные ценности как ресурсы и эгоцентрические ценности как препятствия для личностного развития в ранней взрослости / С.В. Агафонова, Н.М. Кармазина. — DOI 10.18323/2221-5662-2019-4-31-38. — EDN [PPPCBP](#) // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. — 2019. — № 4 (39). — С. 31–38.
34. Searko I.L. Values in Modern Education and Moral Upbringing of the Individual / I.L. Searko, T.V. Kalenchuk. — EDN [OJETMZ](#) // Bulletin of Polesky State University. Series in Social Sciences and Humanities. — 2020. — N. 2. — P. 36–44.
35. Merkulova I.A. The Content of the Concept of “Spiritual and Moral Values” in the Humanitarian Knowledge of Germany / I.A. Merkulova, V.B. Pomelov. — DOI 10.32744/pse.2022.1.34. — EDN [DZZXKC](#) // Perspectives of Science and Education. — 2022. — N. 1 (55). — P. 540–551.
36. Тарусина Н.Н. Гендер в законе и семейные ценности: в поисках баланса / Н.Н. Тарусина. — DOI 10.17803/1729-5920.2022.182.1.131-146. — EDN [KUDINF](#) // Lex Russica (Русский закон). — 2022. — Т. 75, № 1 (182). — С. 131–146.
37. Виджая Т. Воспринимаемые ценности и поведение пользователей при покупке атрибутов онлайн-игр: гендерный обзор / Т. Виджая. — DOI 10.17323/2587-814X.2022.3.68.84. — EDN [BMYLJW](#) // Бизнес-информатика. — 2022. — Т. 16, № 3. — С. 68–84.
38. Юсупов Р.М. Общечеловеческие ценности и права человека: международно-правовые аспекты / Р.М. Юсупов. — Москва : Изд-во РУДН, 2022. — 220 с. — EDN [VWDDJA](#).
39. Малыковцева Е.В. Правовые ценности как средство гармонизации публичного и частного интереса / Е.В. Малыковцева. — DOI 10.24412/2073-0454-2021-6-183-186. — EDN [OSKCNT](#) // Вестник Московского университета МВД России. — 2021. — № 6. — С. 183–186.
40. Сеидов Ш.Г. Политические ценности и настроения современной молодежи / Ш.Г. Сеидов, Л.И. Найденова, Н.В. Розенберг. — DOI 10.21685/2072-3016-2021-4-4. — EDN [BCGCPG](#) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2021. — № 4 (60). — С. 38–46.
41. Корж Н.В. Патриотические ценности как основа нравственного воспитания студенческой молодежи / Н.В. Корж, Г.Н. Тугускина, В.Н. Супиков. — DOI 10.21685/2072-3016-2021-4-5. — EDN [UAQXAO](#) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2021. — № 4 (60). — С. 47–57.

42. Chupryna O.G. Social and Cultural Values in American Web-Based Discourse / O.G. Chupryna, K.M. Baranova. — DOI 10.18384/2310-712X-2022-4-122-130. — EDN [OCEVXT](#) // Bulletin of the MSRU. Series: Linguistics. — 2022. — N. 4. — P. 122–130.
43. Кадыров А. Кыргыз мамлекеттүүлүгү: демократия, элдик революция жана улуттук баалуулуктар / А. Кадыров, А. Кадыров. — DOI 10.26104/IVK.2019.45.557. — EDN [LRQSAV](#) // Известия ВУЗов Кыргызстана. — 2022. — № 1. — С. 146–149.
44. Сергейчик Е.М. Глобальные ценности глобального мира / Е.М. Сергейчик. — DOI 10.21638/spbu17.2021.313. — EDN [TOOBXR](#) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. — 2021. — Т. 37, № 3. — С. 532–543.
45. Палий Н.С. Новые потребительские ценности в эпоху цифровизации / Н.С. Палий. — EDN [FLNVEH](#) // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. — 2021. — № 3. — С. 237–245.
46. Козлова Ю.В. Национально-региональные ценности и локальная идентичность / Ю.В. Козлова. — EDN [NXWPRM](#) // Вестник экономики, права и социологии. — 2021. — № 3. — С. 102–105.
47. Вольтер О.В. Этноконфессиональные духовно-нравственные ценности как основа формирования национальной идентичности, гражданского мира и согласия / О.В. Вольтер. — EDN [MEZHPJ](#) // Дневник Алтайской школы политических исследований. — 2021. — № 37. — С. 205–209.
48. Демина И.Н. Методологические подходы к ценностям: основания экономической массовой коммуникации / И.Н. Демина. — EDN [QIYSZD](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 2. — С. 32–49.
49. Выровцева Е.В. Профессиональные ценности журналистики и проблема критического нигилизма / Е.В. Выровцева, С.И. Симакова. — EDN [HZHGLC](#) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2020. — № 2. — С. 92–97.
50. Сидорова Н.А. Ценности как ориентир коммуникативных действий / Н.А. Сидорова. — EDN [YZGPOD](#) // Казанская наука. — 2020. — № 2. — С. 121–124.
51. Соцкова В.Е. Независимые сетевые издания в новой информационной среде: трудности и ценности / В.Е. Соцкова, К.С. Пряжников. — DOI 10.33941/age-info.com34(9)4. — EDN [PBGXFP](#) // Век информации (сетевое издание). — 2019. — Т. 3, № 4 (9). — С. 41–50.
52. Выровцева Е.В. Традиционные профессиональные ценности в новых медиаформатах / Е.В. Выровцева. — DOI 10.24411/1999-5407-2020-10104. — EDN [RMATRD](#) // Челябинский гуманитарий. — 2020. — № 1 (50). — С. 36–42.
53. Качество и ценности как объекты социальноэкономической среды российского медиабизнеса / С.А. Лочан, Д.В. Федюнин, М.В. Бузулуцкая, Х.З. Ксенофонтова. — DOI 10.47576/2712-7516_2021_4_1_15. — EDN [CHFHDF](#) // Журнал прикладных исследований. — 2021. — № 4-1. — С. 15–21.
54. Янчук В.А. Западные ценности как инструмент манипуляции общественным сознанием и вмешательства во внутренние дела других стран / В.А. Янчук. — EDN [PMXKRD](#) // Интерпретационное насилие над исторической памятью и формирование культуры политического мышления : материалы междунар. науч.-практ. конф., Витебск, 29 окт. 2021 г. / гл. ред. А.А. Лазаревич. — Витебск, 2021. — С. 92–94.
55. Дубровин В.Л. Традиционные российские духовно-нравственные ценности и некоторые особенности их отображения в аудиовизуальном контенте / В.Л. Дубровин. — DOI 10.34823/SGZ.2022.1.51762. — EDN [XONYWS](#) // Социально-гуманитарные знания. — 2022. — № 1. — С. 204–215.
56. Радионцева Е.С. Эмоциональные и эстетические ценности как основа популярности ТВ-программ : опыт сопоставительного анализа / Е.С. Радионцева. — DOI 10.24224/2227-1295-2022-11-3-247-263. — EDN [ZKZSHG](#) // Научный диалог. — 2022. — Т. 11, № 3. — С. 247–263.
57. Головин, Ю.А. Духовно-нравственные ценности в православных СМИ / Ю.А. Головин, О.В. Коханая. — EDN [STWPQN](#) // II Моисеевские чтения: культура как фактор национальной безопасности России : доклады и материалы Общерос. (национальной) науч. конф., Москва, 26 июня 2019 г. / под ред. А.В. Костиной, В.А. Лукова. — Москва, 2019. — С. 312–316.

58. Шевченко М.А. Влияние социальных сетей на политические ценности российской молодежи / М.А. Шевченко, Е.И. Дроздов. — EDN [YYHTET](#) // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2018. — № 12 (28). — С. 43–37.

59. Руженцева Н.Б. Либеральные и традиционные ценности в зеркале СМИ / Н.Б. Руженцева. — DOI 10.26170/pla20-01-11. — EDN [OKBJST](#) // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. — 2020. — № 18. — С. 104–115.

60. Быков И.А. Цифровая политическая коммуникация в России: ценности гуманизма против технократического подхода / И.А. Быков, С.В. Курушкин. — DOI 10.22363/2313-1438-2022-24-3-419-432. — EDN [PVXWQW](#) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. — 2022. — Т. 24, № 3. — С. 419–432.

61. Костюшко Е.Т. Антиценности и новые ценности как средство рекламного воздействия / Е.Т. Костюшко. — EDN [LGPZYE](#) // Славянские лингвокультуры в пространстве и во времени континууме : сб. науч. статей. — Гомель, 2019. — С. 91–94.

62. Гончарова Л.М. Непреходящие ценности: способы транслирования культурного богатства как туристического потенциала страны в рекламных текстах / Л.М. Гончарова. — EDN [CVEALI](#) // Гуманитарные технологии в современном мире : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Калининград, 30 мая-01 июня 2019 г. — Калининград, 2019. — С. 149–151.

References

1. Demina I.N. Values in the Society's Life: Characteristic of the Social Role. In Lazutina G.V. (ed.). *Mass Media and The Society's Value Relationships*. Moscow, MediaMir Publ., 2013, pp. 17–24. (In Russian). EDN: [TWZBNJ](#).

2. Demina I.N. The Values in the Mass Media Economy. In Lazutina G.V. (ed.). *Mass Media and the Society's Value Relationships*. Moscow, MediaMir Publ., 2013, pp. 181–200. (In Russian). EDN: [TWZBMZ](#).

3. Savin S.D., Kasabutskaya M.S. Russian National Values in Terms of the Development of Collective Identity. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya = Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 2019, vol. 12, no. 1, pp. 82–97. (In Russian). EDN: [GEAWJQ](#). DOI: 10.21638/spbu12.2019.106.

4. Uram P., Skalski S., Kwiatkowska A. Values and Materialism as Predictors of Pro-Environmental Attitudes. *The Herzen University Studies: Psychology in Education*, 2021, no 4, pp. 678–686. EDN: [ZATGNR](#). DOI: 10.33910/herzenpsyconf-2021-4-87.

5. Pilyushenko A.V. The Phenomenon of Multiculturalism as the Ideological Value of the Global World. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy = Socio-Economic Processes and Phenomena*, 2022, vol. 18, no. 1, pp. 76–80. EDN: [LZPPOM](#). DOI: 10.22213/2618-9763-2022-1-76-80.

6. Berk N. Traditional Values and Institutional Quality. *Spatial Economics*, 2021, vol. 17, no 3, pp. 38–58. DOI: 10.14530/se.2021.3.038-058. EDN: [YPHHPT](#).

7. Zabelina E.V., Kurnosova S.A., Trushina I.A., Koptseva N.P., Luzan V.S. Life Values and Subjective Well-Being of the Indigenous Small-Numbered Peoples of the Arctic Zone (Based on the Example of the Nenets). *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2020, vol. 13, no 6, pp. 997–1006. EDN: [IUKPHS](#). DOI: 10.17516/1997-1370-0623.

8. Velikaya N.M., Novozhenina O.P. Socio-Political Values in the Image of the Future of Russian Citizens as the Basis for the Political and Economic Modernization of the Country. *Voprosy politologii = Political Science Issues*, 2021, vol. 11, no. 3, pp. 596–605. (In Russian). EDN: JIGAFN. DOI: 10.35775/PSI.2021.67.3.002.

9. Starikova E.A. The Integration of the Sustainable Development Concept into Business Activity: “Creating Shared Value” and “Creating Sustainable Value” Concepts. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya = Economics and Management: problems and solutions*, 2018, vol. 2, no. 6, pp. 163–167. (In Russian). EDN: [UVXVFA](#).

10. Mawuntu J.H. Values in Modern Business: the Problem of Implementing Religiously Certified Products. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke = Context and Reflection: Philosophy About the World and Man*, 2020, vol. 9, no. 2A, pp. 121–128. (In Russian). EDN: [UHSAVI](#). DOI: 10.34670/AR.2020.92.68.013.

11. Germanchuk A.N. Mechanism of Customer Value Formation in the Trade Marketing System. *Sbornik nauchnykh rabot serii "Gosudarstvennoe upravlenie" = Collection of Scientific Works of the Series "Public Administration"*, 2019, no. 16, pp. 146–158. (In Russian). EDN: [NIJZWL](#).

12. Bolgova A.V. The Essence and Content of the Concept of "Values". *Science and Education: Domestic and Foreign Experience. Materials of International Scientific and Practical Conference, Belgorod, June 15, 2018*. Belgorod, 2018, pp. 53–56. (In Russian). EDN: [EGCCEK](#).

13. Ustyuzhanina E.V. Global Value Networks: Lesson for Russia. *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii = Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, 2019, vol. 218, no. 4, pp. 281–287. (In Russian). EDN: [EKZVZ](#).

14. Dyrin S.P. The Most Important Values of Modern Russians. In Nazipov R.G., Nazmutdinova R.N. (eds). *Modern Russian Science: Problems and Development Prospects. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Naberezhnye Chelny, November 17, 2018*. Naberezhnye Chelny, 2019, pp. 167–170. (In Russian). EDN: [QTJBZC](#).

15. Kalinina S.B. Dominant Values as a Factor in the Integration of Different Generations of Russian Servicemen. *Donetsk Readings 2019: Education, Science, Innovations, Culture and Modern Challenges. Materials of the IV International Scientific Conference, Donetsk, October 31, 2019*. Donetsk, 2019, vol. 5, pp. 271–274. (In Russian). EDN: [IZJAQR](#).

16. Chesnokova O.S., Radović M., Kotenyatkina I.B. Spanish South American and Brazilian Demonyms: Morphosyntactic Structure and Axiological Values. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2021, vol. 12, no 3, pp. 576–596. DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-576-596. EDN: [UGCRRR](#).

17. Bi Q., Nikolaeva A.D. Traditional Values in Education of Youth in Russia and China. *Global'nyi nauchnyi potentsial = Global Scientific Potential*, 2019, no. 11, pp. 10–14. (In Russian). EDN: [HKXFMD](#).

18. Gigova E. Spiritual Values in the Books "Leaves from Gabar" and "Wild Stories" by Nikolai Haytov. *Do Russians Want War. Materials of the XVI International. Forum, Lipetsk, November 18-20, 2020*. Lipetsk, 2021, pp. 285–288. (In Bulgarian). EDN: [IBLHFH](#).

19. Vasnev F. Eternal Values and Temporary Values. *Bogoslovskii sbornik Tambovskoi dukhovnoi seminarii = Theological Collection of the Tambov Theological Seminary*, 2021, no. 2, pp. 128–138. (In Russian). EDN: [NGUAAK](#). DOI: 10.51216/2687-072X_2021_2_128.

20. Kugai A.I. Basic Human Values and Political Values: Conceptual Foundations. *Topical Issues of Personal Self-Development: Psycho-Pedagogical Aspect. Collection of Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation, Yoshkar-Ola, May 19, 2022*. Cheboksary, 2022, pp. 157–160. (In Russian). EDN: [IEROXZ](#).

21. Rakhmatullina Z.Y., Khismatullin S.A. Spiritual Values of Modern Youth: Mosaic and Key Values. *Informatsionnye voyny = Information Wars*, 2022, no. 3, pp. 78–81. (In Russian). EDN: [JIGILM](#).

22. Riabova A.L. Cultural, Moral and Intellectual Values of the 21st Century's Higher Education. *Mezhdunarodnye otnosheniya i dialog kul'tur = International Relations and the Dialogue of Cultures*, 2021, no. 9, pp. 182–193. EDN: [NNCCET](#). DOI: 10.48612/HSIR/IRDC.2021.9.17.

23. Leonova I.S. Sociocultural Values and Values of Organizational Culture as Prerequisites for Differences in the Socio-Psychological Age of Staff. *Old Generation of Modern Russia*. Nizhniy Novgorod, 2022, pp. 64–81. (In Russian). EDN: [BBVHXA](#).

24. Baranetsky A.N. A Measure of the Relevance Values and the Measure of the Value Relevance. *Arkhont*, 2018, no. 1, pp. 10–17. (In Russian). EDN: [YQTWRM](#). DOI: 10.24411/2587-9464-2018-00001.

25. Guaragna G. The Permanent Values of Living and Dwelling. *Novye idei novogo veka: materialy mezhdunarodnoi nauchnoi konfe-rentsii FAD TOGU = New Ideas of the New Century: Materials of the International Scientific Conference FAD PNU*, 2021, vol. 1, pp. 115–125. EDN: [TMTOPW](#).

26. Komlev A.E. Values of Religion vs Values of Secular Morality: Conflictogenity Reasons. *Zhurnal filosofskikh issledovaniy = Journal of Philosophical Research*, 2020, vol. 6, no. 3, pp. 52–56. (In Russian). EDN: [ONTTAT](#).

27. Orlova E.M. Family Values and Values of Families: Correlation of Concepts. *Modern family: Changing Meanings and Practices. Collected Papers. Kursk, May 13-14, 2019*. Kursk, 2019, pp. 145–149. (In Russian). EDN: [XIMERT](#).

28. Samiev B.Ju. Professional Values of Teachers and Their Role in the Educational Process. *Vestnik pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki = Herald of the Pedagogical University Series: Philosophical Sciences*, 2021, no. 1-2, pp. 133–138. (In Tajik). EDN: [LPQMFP](#).

29. Ismailova N.R., Beishekeeva N.B. The Formation of the Strategy of Organization through the Value Chain in Dairy Cluster. *Izvestiya VUZov Kyrgyzstana = Izvestiya Universities of Kyrgyzstan*, 2021, no. 1, pp. 142–146. (In Kyrgyz). EDN: [BOLHEP](#).

30. Oganessian S.S. “Traditional Family Values” in the Modern World: Problems and Prospects. *Predstavitel'naya vlast' — XXI vek: zakonodatel'stvo, kommentarii, problem = Representative Power — XXI Century: Legislation, Commentary, Problems*, 2022, no. 5-6, pp. 52–62. (In Russian). EDN: [ZYVSSP](#).

31. Rudakova I.V., Gladchenkova S.V. Vital Values of the Soviet Intelligentsia of the 70s. *Abyss (Voprosy filosofii, politologii i sotsial'noi antropologii) = ABYSS (Studies in Philosophy, Political Science and Social Anthropology)*, 2022, no. 2, pp. 36–44. (In Russian). EDN: [JXECIO](#).

32. Tupichkina E.A., Andriyenko N.K., Semenaka S.I. Traditional and Innovative Values in the Information Society: the Problem of Interference. *Nauchno-pedagogicheskoe obozrenie = Pedagogical Review*, 2022, no. 5, pp. 20–29. (In Russian). EDN: [SDDWGZ](#). DOI: 10.23951/2307-6127-2022-5-20-29.

33. Agafonova S.V., Karmazina N.M. Spiritual and Moral Values as the Resources and Egocentric Values as the Impediments for Personal Development in the Emerging Adulthood Period. *Vektor nauki Tol'yatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika, psihologiya = Science Vector of Togliatti State University. Series: Pedagogy, Psychology*, 2019, no. 4, pp. 31–38. (In Russian). EDN: [PPPCBP](#). DOI: 10.18323/2221-5662-2019-4-31-38.

34. Searko I.L., Kalenchuk T.V. Values in Modern Education and Moral Upbringing of the Individual. *Bulletin of Polessky State University. Series in Social Sciences and Humanities*, 2020, no. 2, pp. 36–44. EDN: [OJETMZ](#).

35. Merkulova I.A., Pomelov V.B. The Content of the Concept of “Spiritual and Moral Values” in the Humanitarian Knowledge of Germany. *Perspectives of Science and Education*, 2022, no. 1, pp. 540–551. EDN: [DZZXKC](#). DOI: 10.32744/pse.2022.1.34.

36. Tarusina N.N. Gender in Law and Family Values: in Search of a Balance. *Lex Russica*, 2022, vol. 75, no. 1, pp. 131–146. (In Russian). EDN: [KUDINF](#). DOI: 10.17803/1729-5920.2022.182.1.131-146.

37. Wijaya T. Perceived Values and Purchase Behavior of Online Game Attribute Products: Gender Overview. *Business Informatics*, 2022, vol. 16, no. 3, pp. 68–84. (In Russian). EDN: [BMYLJW](#). DOI: 10.17323/2587-814X.2022.3.68.84.

38. Yusupov R.M. *Universal Human Values and Human Rights: International Legal Aspects*. Moscow, Moscow, People's Friendship University of Russia Publ., 2022. 220 p. EDN: [WVDDJA](#).

39. Malykovtseva E.V. Legal Values as a Means of Harmonizing Public and Private Interest *Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii = Bulletin of Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2021, no. 6, pp. 183–186. (In Russian). EDN: [OSKCNT](#). DOI: 10.24412/2073-0454-2021-6-183-186.

40. Seidov S.G., Naydenova L.I., Rozenberg N.V. Political Values and Moods of Modern Youth. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region. Obshchestvennye nauki = University Proceedings. Volga region. Social Sciences*, 2021, no. 4, pp. 38–46. (In Russian). EDN: [BCGCPG](#). DOI: 10.21685/2072-3016-2021-4-4.

41. Korzh N.V., Tuguskina G.N., Supikov V.N. Patriotic Values as the Basis for Moral Education of Students. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region. Obshchestvennye nauki = University Proceedings. Volga region. Social Sciences*, 2021, no. 4, pp. 47–57. (In Russian). EDN: [UAQXAO](#). DOI: 10.21685/2072-3016-2021-4-5.

42. Chupryna O.G., K.M. Baranova Social and Cultural Values in American Web-Based Discourse. *Bulletin of the MSRU. Series: Linguistics*, 2022, no. 4, pp. 122–130. EDN: [OCEVXT](#). DOI: 10.18384/2310-712X-2022-4-122-130.

43. Kadyrov Abdinabi, Kadyrov Akzhol. Kyrgyz State: Democracy, People's Revolution and National Values. *Izvestiya VUZov Kyrgyzstana = Izvestiya Universities of Kyrgyzstan*, 2022, no. 1, pp. 146–149. (In Kyrgyz). EDN: [LRQSAV](#).

44. Sergeichik E.M. Global Values of the Global World. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Filosofiya i konfliktologiya = Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict studies*, 2021, vol. 37, no. 3, pp. 532–543. (In Russian). EDN: [TOOBXR](#). DOI: 10.21638/spbu17.2021.313.

45. Paliy N.S. New Consumer Values in the Age of Digitalization. *Vestnik Donetskogo natsional'nogo universiteta. Seriya V. Ekonomika i pravo = Bulletin of Donetsk National University. Series V. Economics and Law*, 2021, no. 3, pp. 237–245. (In Russian). EDN: [FLNVEH](#).

46. Kozlova Yu.V. National-Regional Values and Local Identity. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii = The Review of Economy, the Law and Sociology*, 2021, no. 3, pp. 102–105. (In Russian). EDN: [NXWPRM](#).

47. Volter O.V. Ethno-Confessional Spiritual and Moral Values as the Basis for the Formation of National Identity, Civil Peace and Harmony. *Dnevnik Altaiskoi shkoly politicheskikh issledovaniy = Diary of the Altai School of Political Studies*, 2021, no. 37, pp. 205–209. (In Russian). EDN: [MEZHPJ](#).

48. Demina I.N. Methodological Approaches to Values: Grounds of Economic Mass Communication. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2012, no. 2, pp. 32–49. (In Russian). EDN: [QIYSZD](#).

49. Vyrovtsseva E.V., Simakova S.I. Professional Values of Journalism and the Problem of Critical Nihilism. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2020, no. 2, pp. 92–97. (In Russian). EDN: [HZHGLC](#).

50. Sidorova N.A. Values as a Reference Point for Communicative Actions. *Kazanskaya nauka = Kazan Science*, 2020, no. 2, pp. 121–124. (In Russian). EDN: [YZGPOD](#).

51. Sotskova V.E., Pryazhnikov K.S. Independent Network Publications in the New Information Environment: Problems and Values. *Vek informatsii = The Information Age*, 2019, vol. 3, no. 4, pp. 41–50. (In Russian). EDN: [PBGXFP](#). DOI: 10.33941/age-info.com34(9)4.

52. Virovtseva E.V. Traditional Professional Values in New Media Formats. *Chelyabinskii gumanitarii = Chelyabinsk Humanitarian*, 2020, no. 1, pp. 36–42. (In Russian). EDN: [RMATRD](#). DOI: 10.24411/1999-5407-2020-10104.

53. Lochan S.A., Fedyunin D.V., Buzulutskaya M.V., Ksenofontova K.Z. Quality and Values as Objects of the Socio-Economic Environment of the Russian Media Business. *Zhurnal prikladnykh issledovaniy = Journal of Applied Research*, 2021, no. 4-1, pp. 15–21. (In Russian). EDN: [CHFHDf](#). DOI: 10.47576/2712-7516_2021_4_1_15.

54. Yanchuk V.A. Western Values as a Tool for Manipulating Public Consciousness and Interfering in the Internal Affairs of Other Countries. In Lazarevich A.A. *Interpretive Violence Against Historical Memory and the Formation of a Culture of Political Thinking. Materials of International Scientific and Practical Conference, Vitebsk, October 29, 2021*. Vitebsk, 2021, pp. 92–94. (In Russian). EDN: [PMXKRD](#).

55. Dubrovin V.L. Russian Core Spiritual and Moral Values — Peculiarities of Representation in Audiovisual Content. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2022, no. 1, pp. 204–215. (In Russian). EDN: [XONYWS](#). DOI: 10.34823/SGZ.2022.1.51762.

56. Radiontseva E.S. Emotional and Aesthetic Values as Basis for Popularity of TV Programs: Contrastive-Comparative Experience. *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 247–263. (In Russian). EDN: [ZKZSHG](#). DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-3-247-263.

57. Golovin Yu.A., Kokhanaya O.V. Spiritual and Moral Values in the Orthodox Media. In Kostina A.V., Lukov V.A. (eds). *Il Moiseev Readings: Culture as a Factor of Russia's National Security. Reports and Materials of the All-Russian (National) Scientific Conference, Moscow, June 26, 2019*. Moscow, 2019, pp. 312–316. (In Russian). EDN: [STWPQN](#).

58. Shevchenko M.A., Drozdov E.I. The Influence of Socio-Demographic Factors on the Political Values of Russian Youth. *Skif. Voprosy studencheskoi nauki = Sciff. Questions of Student Science*, 2018, no. 12, pp. 43–37. (In Russian). EDN: [YYHTET](#).

59. Ruzhenceva N.B. Liberal and Traditional Values in the Media Mirror. *Psikholingvicheskie aspekty izucheniya rechevoi deyatel'nosti = Psycholinguistic Aspects of the Study of Speech Activity*, 2020, no. 18, pp. 104–115. (In Russian). EDN: [OKBJST](#). DOI: 10.26170/pla20-01-11.

60. Bykov I.A., Kurushkin S.V. Digital Political Communication in Russia: Values of Humanism vs. Technocratic Approach. *Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya = RUDN Journal of Political Science*, 2022, vol. 24, no. 3, pp. 419–432. (In Russian). EDN: [PVXWQW](#). DOI: 10.22363/2313-1438-2022-24-3-419-432.

61. Kostyushko E.T. Anti-Values and New Values as a Means of Advertising Influence. *Slavic Linguocultures in the Spatial and Temporal Continuum-Mind. Collection of Scientific Articles*. Gomel, 2019. pp. 91–94. (In Russian). EDN: [LGPZYE](#).

62. Goncharova L.M. Enduring Values: Ways of Broadcasting Cultural Wealth as a Country's Tourism Potential in Advertising Texts. *Humanitarian Technologies in the Modern World. Materials of the VII International Scientific and Practical Conference, Kaliningrad, May 30–June 1, 2019*. Kaliningrad, 2019, pp. 149–151. (In Russian). EDN: [CVEALI](#).

Информация об авторе

Демина Ирина Николаевна — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики и маркетинговых технологий, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, idemina.irk@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0003-0306-3579>, SPIN-код: 8976-1790, ResearcherID: GLR-4527-2022.

Authors Information

Irina N. Demina — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Journalism and Marketing Technologies, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, idemina.irk@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0003-0306-3579>, SPIN-Code: 8976-1790, ResearcherID: GLR-4527-2022.

Для цитирования

Демина И.Н. «Ценности» в российском научном дискурсе / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679. — EDN [YIVTGJ](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022. — Т. 11, № 4. — С. 657–679.

For Citation

Demina I.N. "Values" in Russian Scientific Discourse. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 657–679. (In Russian). EDN: [YIVTGJ](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(4).657-679.