

ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ THEORY OF JOURNALISM

УДК 070
EDN AVYCSW
DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).609-627
Научная статья



Медиасистемы постсоветского пространства: векторы эволюции и методы исследований

Мартыненко Е.В. , Базанова А.Е. , Малаховский А.К. , Иванова А.А. 

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва,
Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Мартыненко Е.В., martynenko_ev@pfur.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности медиасистем постсоветского пространства, исследуются векторы эволюции и методы исследования данных медийных систем. Во введении авторы ставят задачу по сопоставлению постсоветских медиасистем, выявлению общих принципов их функционирования, выделяют «внутрисистемные» и «внешние» факторы, относящиеся к экономической и политической областям, а также к изменениям, затронувшим аудиторию массмедиа, влияющим на векторы развития постсоветских медиасистем. В методологической части статьи авторы обобщают подходы к изучению постсоветских медиасистем, включая труды российских исследователей и западных специалистов. В научных трудах западных ученых с конца 1980-х гг. больше внимания уделяется медиа как инструменту конструирования особой реальности, особенно в связи с развитием интернета. Отмечается, что специфические отечественные традиции изучения массмедиа характеризуются повышенным интересом к журналистике во всех ее формах. При этом в настоящее время акцент российских исследований смещен в сторону изучения медиасистем и цифровых медиа. В части, посвященной результатам исследования, авторы отмечают, что в России появление цифровых медиаплатформ привело к значительным изменениям в структурах традиционной медиасистемы, которая сейчас является сложной многокомпонентной единицей. Сходные процессы отмечаются в медиасистемах в постсоветских Беларуси, Казахстане, Кыргызстане. В заключительной, дискуссионной части авторы приходят к закономерному выводу, что цифровизация медиасистем постсоветского пространства ставит перед ведущими странами Содружества Независимых Государств задачи использования инструментов цифровизации для выработки общих подходов и единой информационной политики евразийского информационного пространства.

Ключевые слова. Медиасистема, постсоветское пространство, медиапотребление, медиаполитика, Россия, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан.

Финансирование. Статья подготовлена в рамках инициативной НИР кафедры теории и истории журналистики РУДН № 050737-2-000 «Исследование медиасистем и медиаиндустрии России и мира: научно-образовательная компонента».

Информация о статье. Дата поступления 7 октября 2024 г.; дата поступления после доработки 11 ноября 2024 г.; дата принятия к печати 11 ноября 2024 г.; дата онлайн-размещения 6 декабря 2024 г.

Original article

Media Systems of the Post-Soviet Space: Evolution Vectors and Research Methods

Elena V. Martynenko  , Anna E. Bazanova , Alexey K. Malakhovsky ,
Alina A. Ivanova 

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation

Corresponding author: Elena V. Martynenko, martynenko_ev@pfur.ru

Abstract. The article examines the features of media systems in the post-Soviet space and examines the evolution vectors and methods of studying these media systems. In the introduction, the authors set the task of comparing post-Soviet media systems, identifying the general principles of their functioning, highlighting "intra-system" and "external" factors related to the economic and political spheres, as well as to the changes that affected the mass media audience, influencing the development vectors of post-Soviet media systems. In the methodological part of the article, the authors summarize approaches to the study of post-Soviet media systems, including the works of Russian researchers, as well as Western specialists. Since the late 1980s, the works of Western researchers have paid more attention to media as a tool for constructing a special reality, especially in connection with the development of the Internet. It is noted that specific domestic traditions of studying the mass media are characterized by an increased interest in journalism in all its forms. At the same time, the emphasis of Russian research is currently shifting towards the study of media systems and digital media. In the section devoted to the results of the study, the authors note that in Russia the emergence of digital media platforms has led to significant changes in the structures of the traditional media system, which is now a complex multi-component system. Similar processes are observed in the media systems of post-Soviet Belarus, Kazakhstan, and Kyrgyzstan. In the final, discussion section, the authors come to the conclusion that the digitalization of media systems in the post-Soviet space poses challenges for the CIS countries to use digitalization tools to develop common approaches and a unified information policy for the Eurasian information space.

Keywords. Media system, post-Soviet space, media consumption, media policy, Russia, Belarus, Kazakhstan, Kyrgyzstan.

Funding. The article was prepared as a part of the research work of the Department of Theory and History of Journalism of RUDN University No. 050737-2-000 "Research of Media Systems and Media Industry of Russia and the World: Scientific and Educational Component".

Article info. Received October 07, 2024; revised November 11, 2024; accepted November 11, 2024; available online December 06, 2024.

Введение

Распад Советского Союза ознаменовался не только изменением функций журналиста и журналистики, но и кризисом всей медийной системы некогда единой страны, замещением «звеньев» этой системы самостоятельными медиасистемами, обособленными и идеологически, и политически, и территориально.

Несмотря на наличие теоретико-методологической базы для исследований функционирования медиасистем, вопрос о трансформации постсоветских медиасистем еще не изучен до конца.

Цель данного исследования: на основе выявления основных тенденций эволюции постсоветских медиасистем наметить пути их интеграции, что могло бы способствовать гармонизации как информационного, так и общественно-политического взаимодействия евразийских государств.

В связи с этим важнейшей задачей евразийских исследователей остается сопоставление постсоветских медиасистем, выявление общих принципов их функционирования. Параллельно необходимо рассматривать и процессы культурологической дифференциации, выявлять значимость национальных сценариев, особенностей развития медиасистем независимых стран, которые ранее были советскими республиками.

Стоит отметить, что развитие медиасистем на постсоветском пространстве протекает в условиях глобальной цифровизации медийного пространства. Технические инновации преобразовали традиционные средства массовой информации по всему миру, не исключение — и постсоветские СМИ. Наличие своего

сайта у того или иного массмедиа дает возможность увеличения охватов аудитории и значительно расширяет сферу его влияния.

В качестве показателя функциональной целостности медиасистемы рассматривается некий баланс между ее духовно-познавательной и духовно-практической деятельностью. После распада советской медиасистемы каждая ее часть, превращаясь в отдельную, независимую от других медиасистем, систему проходит процессы типизации и форматирования, конвергенции и освоения современных коммуникативных стратегий и технологий, необходимых для формирования общественного диалога. Новейшие исследования постсоветских медиасистем должны выявлять объективные условия (экономические, политические, научные, культурные) и субъективные факторы, способствующие или препятствующие разрешению этих вопросов.

На направление развития медиасистем в постсоветском пространстве влияют и «внутрисистемные» факторы: экономические, технологические, редакционно-информационные. Для достижения устойчивых показателей развития каждой медиасистемы постсоветского пространства, соответствующих потребностям демократического общества, необходимо оптимизировать работу всех основных подсистем каждой постсоветской медиасистемы.

Также на становление постсоветских медиасистем влияли новые «внешние» (по отношению к системе) политические и экономические возможности, в том числе:

– возникновение многопартийности,

- формирование новой, демократической модели выборов,
- влияние неправительственных организаций на социально-политическую и экономическую жизнь гражданского общества,
- становление и развитие рыночной экономики,
- появление частных медиакомпаний, значительная часть которых ставила в основу своей деятельности коммерческие интересы,
- активизация аудитории за счет возможности самостоятельно удовлетворять свои информационные потребности,
- фрагментированность потенциальной аудитории СМИ.

Методология

Российское научное сообщество начало анализировать и осмысливать различные подходы к исследованию данного объекта, концептуальные рамки изучения постсоветских массовых коммуникаций в 2010-х гг. [1, с. 71].

В качестве одного из основополагающих исследований системы массмедиа, не потерявшего актуальность и в наши дни, можно назвать работу Ф. Сиберта, Т. Петерсона, У. Шрамма «Четыре теории прессы» [2], в которой описывается и советская теория подчинения средств массовой информации партийной идеологии. Советская медийная система, нацеленная на решение задач тоталитарного социалистического общества, была строго выстроена и имела хорошо подготовленные (как филологически, так и идеологически) журналистские и редакторские кадры. Изучение особенностей советской медиасистемы имеет большое значение при рассмотрении медиаси-

стем постсоветского пространства, поскольку дает базу для сравнительно-исторических исследований.

В зарубежных исследованиях 1950–1980-х гг. медиа рассматривались как статическая система, включавшая в себя прессу, телевидение и радиовещание.

Особенности национальных медиасистем объяснялись различиями в социально-политической жизни разных стран. Подобные концепции были актуальны до конца XX в. [3].

С 1970-х гг. национальные медиасистемы претерпевали влияние глобализационных процессов. Развивались кабельные и спутниковые технологии. Интеллектуальная атмосфера данного периода могла быть охарактеризована как «неопределенность» и «неуверенность» [4, с. 8], что не могло не отразиться на состоянии медиасистем.

С 1980-х гг. идея о медиасистеме как стабильном и закрытом социальном институте стала подвергаться критическому переосмыслению. Во многом это было связано и с развитием интернета. Влияние массмедиа на общество усиливалось, и это было отмечено исследователями. Так, Ж. Бодрийяр утверждает, что медиа пронизывают общество и конструируют реальность через свои образы и смыслы [5]. Изменчивость смыслов, транслируемых массмедиа, была обусловлена не только разнообразием медиаканалов, но и тем, что аудитория в процессе потребления информации сама интерпретировала эти многочисленные и непостоянные смыслы.

Практически все работы, посвященные постсоветским медиасистемам, приводят нас к выводам о существовании специфических

отечественных традиций изучения массмедиа. Эти традиции характеризуются повышенным интересом к журналистике во всех ее формах, что зачастую затмевает многие другие области исследований медиакоммуникаций. Преобладающим подходом остается гуманитарно-филологический. Отмечается, что некоторые авторы склонны использовать публицистический формат в академических текстах, что может усложнять понимание научного текста [6]. Ряд экспертов убежден в том, что подобный стиль изложения дает возможность российской медийной науке сохранять свое уникальное положение в глобальном исследовательском ландшафте [7].

Фундаментальные исследования медиасистем постсоветского пространства были проведены на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова (огромный вклад в изучение постсоветских медийных систем внесла Е.Л. Вартанова) [8]; весьма значительными при изучении постсоветских медиасистем оказались и труды ученых из Школы журналистики Колумбийского университета, Амстердамской школы исследований коммуникации и многих других [9].

Существенная задача новейших медиаисследований — выявить последние тенденции развития постсоветских медиасистем, расширить исследовательское поле, внести весомый вклад в развитие модернизированных теорий медиа [10].

В глобальном исследовательском процессе изучения медиасистем намечается изменение методологической базы. Первоначальные работы, обобщавшие опыт изучения медиакоммуникаций и выделившие

научные парадигмы, в рамках которых формировался этот опыт, были сугубо теоретическими [11]. Затем популярным становится специфический исследовательский инструмент — метод контент-анализа [12], разрабатывается концепция трех парадигм медиаведческих исследований, классификация методологических подходов к изучению массовых коммуникаций [13], выявляются наиболее активно используемые теории, а также ключевые изменения, произошедшие в самой журналистике и в направлениях ее изучения (с учетом воздействия цифровизации) [14].

В России первые попытки исследований российских академических текстов, посвященных изучению медиасистем и медийной индустрии в постсоветском пространстве, были построены вокруг тематики диссертационных исследований [15], объектом которых все чаще становилась именно цифровая журналистика [16]. Внимание исследователей «сдвигается» от теории журналистики к теории медиа. Вскоре появились первые метаисследования на материале статей в российских журналах. Эти исследования сфокусировались на современных тенденциях в изучении медиасистем.

Свой вклад в изучение медиасистем внесли Т. Флю и С. Вайсборд. По их мнению, понятие «медиасистема» позволяет изучать медиа и политику не обособленно, а в совокупности, комплексно [17]. Сегодня концепция медиасистемы остается эффективным аналитическим инструментом медиаисследований. Акцент ставится на выявление национальных истоков, универсальной природы, современных особенностей конкретных медиасистем.

В течение последнего десятилетия в русскоязычной научной литературе не прекращается дискуссия по поводу соотношения терминов «медиа-система», «медиа-сфера», «медиа-пространство». Так, исследователь А.В. Потребин подчеркивает, что термин «медиа-сфера» чаще всего идентичен понятию «медиа-пространство». В то же время, по мнению данного исследователя, медиа-пространство входит как составная часть в информационное пространство и служит для локализации определенной медиа-системы [18, с. 201].

Большинство исследователей определяет медиа-систему как совокупность взаимосвязанных медиа-предприятий в национальном или региональном информационном пространстве. В частности, «медиа-система — это сложноорганизованный объект, который представляет совокупность внутренне неоднородных печатных, электронных, цифровых СМИ, взаимосвязанных типологически в единую открытую структуру, что позволяет обеспечить целостное информационное пространство, ориентированное на потребности аудитории»¹.

Определенный итог обсуждению термина «медиа-система» подводится в коллективном труде исследователей факультета журналистики МГУ «Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь», в котором подчеркивается, что «медиа-система — это сложная многоуровневая и многовекторная среда,

образованная медиаинститутами в их взаимодействии между собой и во взаимодействии с обществом, другими его институтами, а также индивидуумами/гражданами (аудиторией), взаимосвязанной и конкурентной системой предприятий медиа-рынка (включающего в себя как отдельные типологические сегменты традиционных СМИ и новых медиа — прессу, телерадиовещание, онлайн-СМИ, так и инфраструктурные предприятия, то есть производящие компании), определенными профессиональными сообществами и видами деятельности по созданию, производству и распространению медиапродуктов и медиауслуг» [19, с. 150]. В нашем исследовании мы будем придерживаться данного определения.

Результаты исследования

Современная медиа-система России

Постсоветская медиа-система в России развивается в тесной связи с теми процессами, которые происходили в российском обществе. Снижение уровня образования в 1990-е гг. негативно отразилось на профессиональной составляющей российской медиа-системы. Актуальными стали некогда само собой разумеющиеся истины: необходимость соблюдения в медиатекстах орфографических, пунктуационных, лексико-семантических, грамматических, стилистических и других норм. Особенно важным стало соблюдение норм лингвоэтических (в медиатекстах активизировалось употребление жаргонизмов и табуированных просторечных слов). Некоторые СМИ из создателей культуры преврати-

¹ Медиа-система Челябинской области. Рабочая программа дисциплины по направлению подготовки «Журналистика» ФГУО ВПО «Челябинский государственный университет». Челябинск, 2015. 33 с., с.19.

лись в ее разрушителей, их публикации пестрили циничными фразами о советском строе, советских людях, советских ценностях.

Разнонаправленные преобразования в России 1990-х гг. усиливали неопределенность не только в обществе, но и в медиасистеме, что было заметно даже на уровне лексики (в словарный состав входили новые слова, обозначающие новые понятия и реалии, старые слова нередко изменяли смысловую структуру, в том числе знак социально-оценочного компонента значения). Аналогичные процессы впервые проявились в Восточной Европе и социалистических государствах Азии [20] и благодаря новейшим информационным технологиям распространились во всех регионах мира.

В России, как и в ряде других стран, изменение медиасистемы началось с разрушения прежних национальных институтов. Для постсоветской российской медиасистемы была характерна дестабилизация. Российская медиасистема перестала быть партийно-«однополярной». Ее трансформация была ориентирована на национальную автономию (в условиях глобализации медиасистемы по всему миру демонстрировали различные степени национальной автономии в мышлении и действиях; движение идей, ценностей и знаний шло с Запада на Восток и с Севера на Юг, следуя логике политики и экономики).

На рубеже веков российская медиасистема стала феноменом: национальные медиа следуют глобальным медиатрендам, но сохраняют свою историческую «культурную колею», придающую им особую идентичность. Хотя цифровизация

стала универсальным процессом, аналогичным глобализации и медиатизации общества, в России она приобрела определенные национальные особенности благодаря уровню технологического развития и медиаполитике страны. Геополитические напряженности привели к формированию многополярной международной системы, что в свою очередь вызвало рост враждебности и информационно-психологических конфликтов между странами. Ответом данному вызову стало некоторое укрепление национальных медиасистем.

Трансформация российской медиасистемы подразумевала не только изменение ее архитектуры, но и внедрение новых форматов и условий медиапроизводства [21]. Глобальная цифровизация сделала возможным появление как новых медиа, так и социальных сетей в качестве самостоятельных сегментов медиасистемы, а также способствовала глубокой интеграции медиапотребления в повседневную жизнь россиян. Личный и коллективный опыт медиапотребления стал оказывать значительное влияние на аксиосферу россиян [22].

Появление цифровых медиаплатформ привело к значительным нарушениям в структурах традиционной медиасистемы. Это нарушение способно вызвать множество изменений, включая непредсказуемые эффекты алгоритмических технологий, определяющих информационную повестку, представленную потребителям. В российской практике медиасреда является сложной многокомпонентной системой, включающей институционализованные, зарегистрированные медиа. Субъекты

этой медиасистемы было часто разобщены, а не гармонизированы [23].

Российский потребитель склонен выбирать сообщества, которые близки географически и часто узки по тематике (объединяющие контент, соответствующий мировоззрению и информационным потребностям определенной социальной группы). Кроме того, в российском медиапространстве широко распространена концепция «эффекта эха», которая предполагает, что алгоритмы цифровых платформ создают среду, укрепляющую существующие взгляды и ценности.

Медиапотребление алгоритмически производимых новостей приводит к фрагментации аудитории, усилению поляризации и возникновению расслоения в обществе. Параллельно оно укрепляет власть определенных игроков на медиарынке. Творческий опыт и нравственные ценности журналистов-профессионалов перестают котируются. Информация перестает быть объективной и надежной. Фейковые новости возникают в изобилии, чему способствует и использование ботов.

Исследуя национальные медиасистемы с разных ракурсов, нельзя не согласиться с отечественными учеными М.В. Шкондиным и И.Н. Деминой, утверждающих, что «все социальные субъекты, активно и плодотворно участвующие в сферах духовно-теоретической, эстетической, духовно-практической и практической деятельности, становятся как потенциальными, так и реальными участниками процессов информационного взаимодействия, осуществляемого посредством медиасистемы» [24, с. 459].

С 2022 г. обостряется геополитическая напряженность, вместе с

этим растет и неопределенность в российской медиасистеме. Возникает необходимость в новых механизмах управления цифровой средой. Влияние американских медиаконгломератов на российском медийном рынке снижается, зато активно появляются китайские цифровые платформы [25].

Сокращение американского влияния на российскую медиасферу особенно заметно в контексте возрастающей «национализации» интернета [26].

«Деглобализация» постсоветских медиасистем можно разделить на три этапа.

Первый этап — 1990–2000-е гг. В это время были установлены основные нормативные подходы к функционированию медиа, утверждены новые принципы журналистской профессии. Советское наследие переоценивается, отдельные элементы концепции массмедиа заимствуются из западноевропейских и североамериканских медиасистем, включая медиарегулирование [27].

Второй этап — 2000–2010 гг. Становится очевидно, что далеко не все заимствованные подходы к массмедиа можно реализовать в постсоветском российском обществе. Медийная инфраструктура рассматривается как отрасль экономики [28].

Третий этап — с 2010 г. по настоящее время. Сформулированы приоритеты, включая национальные интересы российского общества, осознана важность культуры и традиций. Расширяется влияние глобальных цифровых платформ и социальных сетей. Усиливается роль государства в формировании медиаполитики.

На развитие и функционирование медиасистемы влияет укрепле-

ние евразийской интеграции, развитие отношений России с Индией, Китаем, Бразилией, Южной Африкой (БРИКС) и другими странами.

Медийные перспективы БРИКС включают создание глобальной архитектуры (с собственной системой управления, расчетами и логистикой), параллельной той, что построена вокруг западных институтов.

На постсоветскую российскую медиасистему влияют как национальные, так и глобальные тенденции. Цифровизация способствовала появлению новых бизнес-моделей цифровых медиа [29]. Появление «множественных потоков» в медиаполитике выявило противостояние интересов политиков и других участников медиаиндустрии [30]. Медийные интересы аудитории также отражают появление нового медиаландшафта, в котором традиционные и цифровые медиа используются для новостей, развлечений и коммуникаций [31].

Взаимодействие национальных и глобальных процессов существенно повлияло на российские медиа, сделав их своеобразным объектом междисциплинарного изучения [32]. Было отмечено, что на постсоветскую российскую медиасистему воздействуют те же силы глобализации и цифровизации, которые влияют на другие современные медиасистемы, при этом современной российской медиасистеме присущи определенные, свои собственные лишь ей, особенности.

Особенности развития медиасистем в Беларуси, Казахстане и Кыргызстане

Рассмотрим ключевые факторы развития постсоветских медиасистем на примере тех стран СНГ, с которыми Россия традиционно вы-

страивает наиболее тесные социально-политические и экономические связи — Беларуси, Казахстана, Кыргызстана. Даже в этом случае нельзя утверждать, что существует некий универсальный алгоритм интеграции медиасистем различных стран.

На медиасистемы Казахстана, Кыргызстана и Беларуси влияют не только политика и экономика, но и культура, язык, религия этих стран [33]. Данные страны нуждаются в сохранении своего медийного пространства, поскольку его роль в формировании государства исключительно важна.

Ключевым аспектом взаимоотношений между массмедиа, журналистикой и обществом является медиаполитика, причем набор принципов, регулирующих деятельность средств массовой информации, у каждого государства свой.

Интересно обратиться к данным по динамике доли русскоязычных медиа в данных странах. Согласно исследованию, проведенному Государственным университетом русского языка имени А.С. Пушкина, за последние 30 лет доля русскоязычных СМИ в странах СНГ в целом выросла. В Казахстане доля русскоязычных СМИ выросла на 7 %, в Кыргызстане — на 9 %, в Беларуси — почти на 59 %². К странам с высокой долей (до 80 %) русскоязычных СМИ исследователи отнесли Беларусь (81 %) и Казахстан (62 %). Это обусловлено статусом русского языка в этих странах и высокой до-

² СНГ: за 30 лет число русскоязычных СМИ выросло. 03.04.2022. Monocle.ru. URL: <https://monocle.ru/expert/2022/14/sng-za-30-let-chislo-russkoyazychnykh-smi-vyroslo/?ysc lid=m2b416e188945583972> (дата обращения: 05.04.2024).

лей русскоговорящего населения. Кыргызстан входит в группу стран с показателями доли русскоговорящего населения от 36 до 57 %³.

На начало 2024 г. в Беларуси насчитывается 8,48 млн интернет-пользователей. Уровень проникновения интернета составляет 89,5 %. К январю 2024 г. в Беларуси насчитывается 5,63 млн пользователей социальных сетей, что составляет 59,4 % от общей численности населения. Данные, предоставленные аналитической компанией *Kepler* показывают, что с января 2023 г. по январь 2024 г. количество интернет-пользователей в Беларуси сократилось на 39 тыс. (0,5 %). Эти же данные о пользователях указывают на то, что 994,3 тыс. человек в Беларуси не пользуются интернетом к началу 2024 г., таким образом, 10+% населения Республики Беларусь остаются офлайн⁴.

В Казахстане на начало 2024 г. насчитывается 18,19 млн пользователей интернета, что составляет 92,3 % населения страны (прирост интернет-аудитории по сравнению с 2023 г. +1,1 %), при этом, согласно данным аналитиков *Kepler*, более половины казахстанцев — люди моложе 24 лет⁵.

³ СНГ: за 30 лет число русскоязычных СМИ выросло. 03.04.2022. Monocle.ru. URL: <https://monocle.ru/expert/2022/14/sng-za-30-let-chislo-russkoyazychnykh-smi-vyroslo/?ysclid=m2b4l6el88945583972> (дата обращения: 05.04.2024).

⁴ Digital I SMM-trendy v Respublike Belarus. Vyshel ocherednoi otchet Digital Report // Belretail — 23.02.2024. URL: <https://belretail.by/article/digital-i-smm-trendyi-belarus-digital-data-report-2023> (дата обращения: 05.04.2024).

⁵ Digital 2024: Kazakhstan//Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kazakhstan> (дата обращения: 05.04.2024).

Кыргызстан по тем же параметрам демонстрирует на начало 2024 г. 5,41 млн интернет-пользователей, то есть 79,8 % населения страны. Количество пользователей интернетом в Кыргызстане увеличилось по сравнению с 2023 г. на 1,6 % при показателях населения моложе 24 лет, сходных с Казахстаном⁶.

Мы видим, что тенденции по росту интернет-пользователей в Беларуси, Казахстане и Кыргызстане в целом сходны, при умеренном росте количества онлайн-пользователей в двух азиатских странах и небольшом сокращении их в Беларуси. В целом доля молодых пользователей онлайн-ресурсами преобладает в Казахстане и Кыргызстане, учитывая следующие демографические данные: средний возраст населения Беларуси — 40,9 лет, Казахстана — 29,5 лет, Кыргызстана — 24,0 лет⁷.

Дискуссия

Потенциал развития постсоветских медиасистем

Потенциал развития информационного общества в целом и постсоветских медиасистем в частности велик: цифровые медиа набирают популярность и сопоставимы с традиционными средствами массовой информации по охвату тем, оперативности и профессионализму. По мере увеличения числа пользователей интернета будет расти и аудитория новых медиа.

Основным направлением развития постсоветских медиасистем (включая медиасистемы России,

⁶ Digital 2024: Kyrgyzstan// Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-kyrgyzstan> (дата обращения 05.04.2024).

⁷ Ibidem.

Беларуси, Казахстана, Кыргызстана) является цифровизация. Ее возможности расширяют коммуникативный и социально-интеграционный потенциал традиционных СМИ. Наряду с гипертекстуальностью и измеряемостью, которые напрямую связаны с цифровизацией и обусловлены глобализацией информационного пространства, появилась возможность трансграничного распространения информации в любых медиа, независимо от их географического положения.

Таким образом, цифровизация постсоветских медиасистем создает возможности для масштабирования контента, для трансформации способов распространения информации, для упрощения доступа к информационным ресурсам.

Благодаря технологическому прогрессу любое СМИ получает возможность визуализировать информационные потоки для привлечения более широкой аудитории, в том числе молодежи.

Можно говорить о возникновении нового типа пользователя медиаресурсов, который предпочитает современные способы получения информации традиционным. Эта тенденция отражает меняющуюся культуру потребления аудиовизуального контента.

Постсоветские медиасистемы получают невиданные ранее возможности передачи информации — гипертекстуальность, интерактивность, увеличение каналов обратной связи. Новая модель медийной коммуникации ориентирована на отклик аудитории [34].

Интерактивность тесно связана с современными концепциями СМИ, такими как диалогичность, персона-

лизация, сегментация, индивидуализация. У аудитории появилась возможность формировать свою информационную среду, выбирая темы с учетом личных предпочтений.

Новые информационные и коммуникационные технологии способствовали переходу средств массовой информации от односторонней модели коммуникации с аудиторией к двусторонней.

В современных информационно-коммуникационных процессах все СМИ претерпевают изменения: даже такое «консервативное» по форме подачи информации СМИ, как радио, в постсоветских медийных системах использует новые технологические возможности (например, визуализацию контента).

В постсоветских медиасистемах мы наблюдаем «изменение приоритетов»: в условиях конкурентной среды, в условиях борьбы за аудиторию развлекательная функция средств массовой информации приобретает все большее значение, а вот функция формирования общественного мнения как бы отодвигается на задний план.

В постсоветских медиасистемах трансформируются или полностью изменяются практически все параметры «родительской» медийной системы: форма собственности, формат, тип программирования, тип вещания/распространения информации, его объем и технические стандарты, территориальный охват, ориентированность на аудиторию; возникает совершенно новый уровень цифровизации контента (развитие веб-сайта, присутствие в социальных сетях, наличие сообществ и групп в мессенджерах, каналы на видеохостингах).

Трансформация медиасистемы привела к появлению новой, так называемой *on-air*, парадигмы. При этом система трансформации жанров подразумевает изменение границ жанров (их частичное смешение), но базируется на традиционных типах программ — информационных, информационно-аналитических, к которым добавляются информационно-развлекательные, информационно-рекламные и другие программы [35].

Еще одно направление развития постсоветских медиасистем можно обозначить как оптимизацию. Этот процесс включает в себя универсализацию персонала и минимизацию штатных сотрудников, что определяется и финансовыми возможностями СМИ, особенно коммерческих, которые работают в условиях самокупаемости. Кроме того, наличие бесплатных или недорогих источников информации исключает необходимость создания собственного оригинального контента.

Развитие постсоветских медиасистем идет по пути беспрецедентного увеличения скорости передачи информации. В этом контексте можно говорить о замене дискретной модели потребления контента на потоковую модель. В качестве «сопутствующих» явлений следует выделить снижение ценности оригинального информационного продукта (как для редакционного состава, так и для аудитории). Проблемой становится и персонификация журналистов (из-за отсутствия эксклюзивных материалов).

Процесс перехода СМИ на цифровые платформы привел к перестройке всех технологических этапов создания массмедийного продукта. Тайминг, структура, тематическое

содержание и другие параметры новостного аудио- и визуального контента были трансформированы (к примеру, длительность новостного радиосюжета обычно не превышает пяти минут). Формат прямого эфира стал максимально доступен.

В организации новостного вещания в различных медиасистемах, несмотря на различия, существуют и общие черты, одна из которых — стремление сократить продолжительность новостного вещания, что связано с клиповостью мышления части аудитории. Отмечалось, что увеличивается доля нечитаемой информации, что, вероятно, связано с использованием идентичных источников информации, с унифицированностью содержания новостных программ и шаблонов подачи контента.

Трансформации советских медиасистем связаны и с изменением запросов аудитории: СМИ рассматривается не только как источник информации, но и как средство развлечения и коммуникации. В результате растет доля «легкой информации» в новостном потоке [36].

В постсоветском интернет-пространстве появляются новые стратегии работы с информационным контентом: происходит сдвиг в сторону жанров, отвечающих требованиям детализированной информационной аналитики при сохранении своевременности; при доминировании информационной группы жанров расширяется объем аналитических материалов [37].

Качество постсоветских медийных систем еще не достигло апогея своего развития. Постсоветские медийные системы не в полной мере освещают значимые для общества темы; они пока не справились до

конца с задачей создания точного представления о мире в сознании широкой общественности. На постсоветском пространстве при общей информационной перенасыщенности наблюдается дефицит информации, актуальной для участия медиасистем в развитии и трансформации мировых процессов в сторону духовности и общечеловеческих ценностей. Тем не менее постсоветские медиасистемы имеют значительный интеллектуальный, ценностно-ориентированный, организационный потенциал. Их важнейшей целью должно стать совершенствование экономической, политической и культурной жизни стран постсоветского пространства [38].

Выводы

За последние два десятилетия развитие постсоветских медиасистем протекало под воздействием глобальных факторов, включая цифровую революцию, глобализацию экономической жизни, изменение структуры постсоветского медийного рынка (в том числе приход на него мировых брендов и иностранных владельцев медиа). Кроме того, произошли значительные сдвиги в социальной стратификации, в медийном поведении постсоветской аудитории, возникла необходимость в увеличении информационных потоков.

Медийные системы России и других стран постсоветского пространства перестали существовать как некогда единое целое, они начали оформляться как отдельные целостные медиасистемы, причем целостность медиасистемы, как нам видится, обусловлена процессами осознания и преобразования глобального и локального мира не

только обществом в целом, не только социальными институтами, но и отдельной социальной группой, и даже отдельным индивидом. Основным результатом функционирования современных постсоветских медиасистем — становление общественного диалога между социальными субъектами. Таким образом, обогащение медийного отображения мира тесно связано с развитием и трансформацией окружающей реальности. Необходимо расширять это отображение, вовлекая различных социальных субъектов, включая индивидов и социальные группы. Это усилит духовно-познавательный, ценностно-ориентировочный, организационный и поведенческий потенциал общества. Медиапространство, создаваемое в этом процессе, охватывает обмен информацией между теми, кто производит духовные ценности и распространяет их, и теми, кто потребляет массовую информацию и чье мировоззрение формируется на основе этой информации [39, с. 320].

К сожалению, не всегда коммуникативные достижения постсоветских медиасистем являются достаточными для удовлетворения потребностей постсоветских государств в массовых коммуникациях, что может привести (и уже приводит) к острому противоречию. Созданное в постсоветский период медиапространство является неоптимальным и не способствует эффективному взаимодействию между субъектами социальной деятельности. Оптимизация постсоветского медиапространства может быть достигнута путем обогащения познавательного, аксиологического и, как следствие, поведенческого потенциала общества, что возможно и

посредством изменения социальной миссии журналиста и публициста. На сегодняшний день постсоветские средства массовой информации не в полной мере используют свои возможности для совершенствования происходящих в современном обществе социальных процессов (духовных, аксиологических, познавательных, эстетических и других).

Чтобы более отчетливо представить необходимые для решения насущных социальных вопросов направления развития постсоветских медиасистем, необходимо расширить и углубить теоретико-методологическую базу анализа постсоветских массмедиа.

В XXI в. медиасистемы стран СНГ претерпели значительные изменения, обусловленные цифровой революцией, глобализацией экономической жизни, универсальны-

ми социальными динамиками. Для успешной евразийской интеграции медиасистемы стран СНГ нуждаются в объединяющем факторе. Им может стать единое информационное пространство, в котором русский язык будет играть ключевую роль. Новые технологические достижения (в том числе использование интернета и телекоммуникационных услуг) предоставляют для этого все возможности.

С расширением доступа к интернету в странах СНГ важно учитывать, какие сервисы и какая информация становятся доступными для людей. Поэтому наиболее актуальной задачей является разработка единой информационной политики для Содружества Независимых Государств. Эта политика обеспечит реализацию гуманитарных целей экономической интеграции.

Список использованной литературы

1. От теории журналистики к теории медиа: динамика медиаисследований в современной России: монография / Е.Л. Вартанова, М.Е. Аникина, А.В. Выходский [и др.]; под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва: Изд-во Московского ун-та, 2019. — 206 с.
2. Сиберт Ф.С. Четыре теории прессы: представления о том, какой должна быть пресса и чем ей следует заниматься в авторитар. и либертариан. теориях и в концепциях соц. ответственности и совет. Коммунизма / Ф.С. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. — Москва: Нац. ин-т прессы: Вагриус, 1998. — 223 с.
3. Nerone J.C. Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press / J.C. Nerone (ed.). — Urbana: University of Illinois, 1995. — 205 p.
4. Вартанова Е.Л. Российская медиасистема в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности / Е.Л. Вартанова, Д.В. Дунас. — DOI 10.30547/mediaalmanah.6.2022.817. — EDN TXRYQQ // Меди@льманах. — 2022. — № 6 (113). — С. 8–17.
5. Бодрийяр Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. — Москва: АСТ, 2020. — 384 с.
6. Вартанова Е.Л. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.17150/2308-6203.2018.7(1).165-176. — EDN YWINNA // Вопросы теории и практики журналистики. — 2018. — Т. 7, № 1. — С. 165–176.
7. Korkonosenko S. Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory / S. Korkonosenko // Central European Journal of Communication. — 2015. — Vol. 8, iss. 2. — P. 175–186.
8. Вартанова Е.Л. От теории прессы — к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом / Е.Л. Вартанова // Коммуникации. Медиа. Дизайн. — 2018. — № 3(2). — С. 5–16.
9. Деннис Э. Беседы о СМИ / Э. Деннис, Д. Меррилл. — Москва: Рос.-амер. информ. пресс-центр: Вагриус, 1997. — 383 с.

10. Вартанова Е.Л. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ / Е.Л. Вартанова. — EDN OXUXNB // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2012. — № 1. — С. 7–26.
11. Lazarsfeld P. Remarks on Administrative and Critical Communications Research / P. Lazarsfeld // Studies in Philosophy and Social Sciences. — 1941. — Vol. 9. — P. 2–16.
12. Potter W.J. The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals / W.J. Potter, R. Cooper, M. Dupagne // Communication Theory. — 1993. — Vol. 3, iss. 4. — P. 317–335.
13. Fink E.J. A Content Analysis of Three Mass Communications Research Traditions: Social Science, Interpretive Studies, and Critical Studies / E.J. Fink, W. Gantz // Journalism and Mass Communication Quarterly. — 1996. — Vol. 73, iss. 1. — P. 114–134.
14. Bryant J. Theory and Research in Mass Communication / J. Bryant, D. Miron // Journal of Communication. — 2004. — Vol. 54, iss. 4. — P. 662–704.
15. Дунас Д.В. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. / Д.В. Дунас. — EDN VQSZGN // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2016. — № 1. — С. 99–115.
16. Steensen S. Theories of Journalism in the Digital Age / S. Steensen, L. Ahva // Journalism Practice. — 2017. — Vol. 9, iss. 1. — P. 1–18.
17. Flew T. The Ongoing Significance of National Media Systems in the Context of Media Globalization / T. Flew, S. Waisbord // Media, Culture and Society. — 2015. — Vol. 37 (4). — P. 620–636.
18. Потребин А.В. Медиапространство и медиасистема, информационное пространство и информационный рынок / А.В. Потребин. — EDN YKUIFH // Сучасная медьдьясфера: практика трансфармації, тэарэтычнае асэнсаванне, інстытуцыянальныя перспектывы : материалы Междунар. науч.- практ. конф., Минск. 30 марта 2017 г. / под ред. С.В. Дубовік. — Минск, 2017. — С. 200–208.
19. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2019. — 246 с., с. 150.
20. Cunningham S. Media Economics / S. Cunningham, T. Flew, A. Swift. — Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015. — 192 p.
21. Вырковский А.В. Редакционный менеджмент в печатных и онлайн-овых СМИ: процессный подход / А.В. Вырковский. — Москва : МедиаМир, 2016. — 384 с.
22. Дунас Д.В. Медиа и социализация: первичная, вторичная или самосоциализация? Опыт изучения медиапотребления цифровой молодежи России / Д.В. Дунас. — DOI 10.17223/19986645/78/12. — EDN VLWVAO // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2022. — № 78. — С. 200–224.
23. Вартанова Е.Л. Полисубъектность медиасреды и ее потенциальное влияние на социальный конфликт / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.3.2022.814. — EDN DDGNFL // Меди@льманах. — 2022. — № 3 (110). — С. 8–14.
24. Шкондин М.В. Медиасистема: аспекты синергетического анализа / М.В. Шкондин, И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2015.4(4).456-461. — EDN ULZZYT // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4, № 4. — С. 456–461.
25. Thussu D.K. International Communication: Continuity and Change / D.K. Thussu. — 3rd ed. — London: Bloomsbury Publishing, 2019. — 392 p.
26. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е.Л. Вартанова. — Москва : Изд-во. Моск. ун-та, 2019. — 224 с.
27. Вартанова Е.Л. Национальная медиасистема в условиях деглобализации / Е.Л. Вартанова // Актуальные проблемы медиаисследований — 2022 : материалы XII Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 09 дек. 2022 г., Москва. — 2022. — 176 с.
28. Смирнов С.С. Медиаиндустрия России как внестатистический феномен / С.С. Смирнов. — EDN NCEUEB // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2010. — № 6. — С. 178–187.
29. Вырковский А.В. Индустрия российских СМИ: цифровое будущее / А.В. Вырковский. — Москва : МедиаМир, 2017. — 160 с. — EDN YTBQMT.

30. Галкина М.Ю. Прогноз изменения государственного регулирования российских СМИ / М.Ю. Галкина, К. Лехтисаари. — EDN YHCXNZ // Медиаскоп. — 2016. — № 4. — С. 30.
31. Dunas D.V. Emerging Digital Media Culture in Russia: Modeling the Media Consumption of Generation Z / D.V. Dunas, S.A. Vartanov // Journal of Multicultural Discourses. — 2020. — Vol. 15 (2). — P. 186–203.
32. Mapping BRICS Media / K. Nordenstreng, D.K. Thussu (eds.). — New York: Routledge, 2015. — 286 p.
33. Бузин В.Н. Социальное управление российским медиапространством. Системно-деятельностный подход: монография / В.Н. Бузин. — Москва: Юнити, 2012. — 310 с.
34. Кульчицкая Д.Ю. Медиа как коммуникативный феномен: анализ зарубежных исследований / Д.Ю. Кульчицкая. — DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2018.94112. — EDN VSJAQS // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2018. — № 6. — С. 94–112.
35. Вартанова Е.Л. Меняющаяся российская медиаиндустрия: теоретические подходы / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.21638/11701/spbu09.2018.203. — EDN XXGZOP // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. — 2018. — Т. 15, № 2. — С. 186–196.
36. Дугин Е.Я. Теории среднего уровня в исследованиях информационно-коммуникационных медиасистем / Е.Я. Дугин. — EDN XWKXID // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 1. — С. 3–23.
37. Дунас Д.В. Актуальные концептуальные подходы к рассмотрению процесса медиапотребления / Д.В. Дунас, А.В. Толоконникова, Т.С. Черевко. — EDN ZTPKHD // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 5. — С. 30–50.
38. Гуреева А.Н. Концептуализация процесса медиатизации в России и за рубежом / А.Н. Гуреева. — EDN YRNDJB // Меди@льманах. — 2018. — № 5. — С. 24–31.
39. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России: учеб. пособие / И.М. Дзялошинский. — Москва: Аспект Пресс, 2015. — 312 с.

References

1. Vartanova E.L., Anikina M.E., Vyrkovskii A.V., Makeenko M.I., Smirnov S.S. [et al.]; Vartanovi E.L. (ed.). *From the Theory of Journalism to the Theory of Media: The Dynamics of Media Studies in Modern Russia*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2019. 206 p.
2. Siebert F.S., Peterson T., Schramm W. *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. University of Illinois Press, 1984. 168 p. (Russ. ed.: Siebert F.S., Peterson T., Schramm W. *Four Theories of the Press: Ideas about What the Press Should Be and What It Should Do in Authoritarian and Libertarian Theories and in the Concepts of Social Responsibility and Council Communism*. Moscow, Natsional'nyi institut pressy: Vagrius Publ., 1998. 223 p.
3. Nerone J.C. (ed.) *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*. Urbana, University of Illinois, 1995. 205 p.
4. Vartanova E.L., Dunas D.V. The Russian Media System in the Early 2020s: Challenges of an Era of Uncertainty. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 6, pp. 8–17. (In Russian). EDN: TXRYYQ. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2022.817.
5. Baudrillard J. *La société de consommation*. Denoel, 1970. 159 p. (Russ. ed.: Bodriyar Zh. *Consumerism Society*. Moscow, AST Publ., 384 p.).
6. Vartanova E.L. Media Theory as a Crossroads of Scientific Approaches and Methods. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2018, vol. 7, no. 1, pp. 165–176. (In Russian). EDN: YWINNA. DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(1).165-176.
7. Korkonosenko S. Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory. *Central European Journal of Communication*, 2015, vol. 8, iss. 2, pp. 175–186.
8. Vartanova E.L. From the Theory of Press to the Mass Media Models: History of Comparison Studies of Media Systems Abroad. *Kommunikatsii. Media. Dizain = Communications. Media. Design*, 2018, no. 3, pp. 5–16. (In Russian).

9. Dennis E.E., Merrill J.C. *Media Debates: Issues in Mass Communication*. New York: Longman Ltd, 1991. 228 p. (Russ. ed.: Dennis Eh., Merrill D. *Talks about Mass Media*. Moscow, Ros.-amer. inform. press-tsentr, Vagrius Publ., 1997. 383 p.).
10. Vartanova E.L. On the Need to Update the Concepts of Journalism and Media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2012, no. 1, pp. 7–26. (In Russian). EDN: OXUXNB.
11. Lazarsfeld P. Remarks on Administrative and Critical Communications Research. *Studies in Philosophy and Social Sciences*, 1941, vol. 9, pp. 2–16.
12. Potter W.J., Cooper R., Dupagne M. The Three Paradigms of Mass Communication Research in Mainstream Communication Journals. *Communication Theory*, 1993, vol. 3, iss. 4, pp. 317–335.
13. Fink E.J., Gantz W. A Content Analysis of Three Mass Communications Research Traditions: Social Science, Interpretive Studies, and Critical Studies. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 1996, vol. 73, iss. 1, pp. 114–134.
14. Bryant J., Miron D. Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 2004, vol. 54, iss. 4, pp. 662–704.
15. Dunas D.V. The National Originality of Russian School of Research: The Theories in Dissertation Papers in 1991–2010. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2016, no. 1, pp. 99–115. (In Russian). EDN: VQSZGN.
16. Steensen S., Ahva L. Theories of Journalism in the Digital Age. *Journalism Practice*, 2017, vol. 9, iss. 1, pp. 1–18.
17. Flew T., Waisbord S. The Ongoing Significance of National Media Systems in the Context of Media Globalization. *Media, Culture and Society*, 2015, vol. 37, pp. 620–636.
18. Potrebina A.V. Media Landscape and Media System, Information Landscape and Information Market. In Dubovik S.V. *Modern Media Sphere: Transformation Practice, Theory, Institutional Perspectives. Materials of International Scientific Conference, Minsk, March 30, 2017*. Minsk, 2017, pp. 200–208. (In Russian). EDN: YKUIFH.
19. Vartanova E.L. (ed.). *Domestic Media Theory: Basic Concepts. Dictionary*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2019. 246 p.
20. Cunningham S., Flew T., Swift A. *Media Economics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015. 192 p.
21. Vyrkovskii A.V. *Editorial Management in Print and Online Mass Media: Processional Approach*. Moscow, MediAMir Publ., 2016. 384 p.
22. Dunas D.V. Media and Socialization: Primary, Secondary, or Self-Socialization? Experience in Studying Media Consumption of “Digital Youth” in Russia. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2022, no. 78, pp. 200–224. (In Russian). EDN: VLWWAO. DOI: 10.17223/19986645/78/12.
23. Vartanova E.L. Polysubjectivity of the Media Environment and Its Potential Impact on Social Conflict. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2022, no. 3, pp. 8–14. (In Russian). EDN: DDGNFL. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2022.814.
24. Shkondin M.V., Demina I.N. Media System: Aspects of Synergetic Analysis. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2015, vol. 4, no. 4, pp. 456–461. (In Russian). EDN: ULZZYT. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(4).456-461.
25. Thussu D.K. *International Communication: Continuity and Change*. 3rd ed. London, Bloomsbury Publishing, 2019. 392 p.
26. Vartanova E.L. *Media Theory: Domestic Discourse*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2019. 224 p.
27. Vartanova E.L. National Media System in the Context of Deglobalization. *Current Issues in Media Research — 2022. Materials of the XII International Scientific Conference, Moscow, December 09, 2022*. Moscow, 2022, pp. 176. (In Russian).
28. Smirnov S.S. Media Industry in Russia as a Phenomenon Beyond Statistics. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2010, no. 6, pp. 178–187. (In Russian). EDN: NCEUEB.
29. Vyrkovskii A.V. *Russian Media Industry: Digital Future*. Moscow, MediAMir Publ., 2017. 160 p. EDN: YTBQMT.

30. Galkina M.Yu., Lehtisaari K. The Forecast of Changes in State Regulation of Russian Media. *Mediascope = Mediascope*, 2016, no. 4, pp. 30. (In Russian). EDN: YHCXNZ.
31. Dunas D.V., Vartanov S.A. Emerging Digital Media Culture in Russia: Modeling the Media Consumption of Generation Z. *Journal of Multicultural Discourses*, 2020, vol. 15, pp. 186–203.
32. Nordenstreng K., Thussu D.K. (eds.) *Mapping BRICS Media*. New York, Routledge, 2015. 286 p.
33. Buzin V.N. *Social Management of the Russian Media Space. System-Activity Approach*. Moscow, Yuniti Publ., 2012. 310 p.
34. Kulchitskaya D.Yu. Multimedia as a Communication Phenomenon: Analysis of Foreign Scholarly Research. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2018, no. 6, pp. 94–112. (In Russian). EDN: VSJAQS. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2018.94112.
35. Vartanova E.L. Changing Russian Media Industry: Theoretical Approaches. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literatura = Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*, 2018, vol. 15, no. 2, pp. 186–196. (In Russian). EDN: XXGZOP. DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.203.
36. Dugin E.Ya. Middle Range Theories in the Research of Information and Communication Media Systems. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 1, pp. 3–23. (In Russian). EDN: XWKXID.
37. Dunas D.V., Tolokonnikova A.V., Cherevko T.S. Current Conceptual Approaches to the Process of Young People's Media Consumption of Online News. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 5, pp. 30–50. (In Russian).
38. Gureeva A.N. Conceptualizing the Mediatization Process in Russia and Abroad. *Mediascope = Mediascope*, 2018, no. 5, pp. 24–31. (In Russian). EDN: YRNDJB.
39. Dzyaloshinskii I.M. *Modern Media Space of Russia*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015. 312 p.

Информация об авторах

Мартыненко Елена Викторовна — доктор политических наук, профессор, кафедра теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, martynenko_ev@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-3089-9892>.

Базанова Анна Евгеньевна — кандидат филологических наук, доцент, кафедра теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, bazanova_ae@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-5560-5953>.

Малаховский Алексей Кимович — кандидат исторических наук, доцент, кафедра теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, malakhovskiy_ak@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-6372-3455>.

Иванова Алина Алексеевна — кандидат филологических наук, ассистент, кафедра теории и истории журналистики, филологический факультет, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, ivanova_aalx@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-9807-6999>.

Authors Information

Elena V. Martynenko — D.Sc. in Political Sciences, Full Professor, Theory and History of Journalism Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, martynenko_ev@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-3089-9892>.

Anna E. Bazanova — PhD in Philology, Associate Professor, Theory and History of Journalism Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia

named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, bazanova_ae@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0001-5560-5953>.

Alexey K. Malakhovsky — PhD in History, Associate Professor, Theory and History of Journalism Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, malakhovskiy_ak@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-6372-3455>.

Alina A. Ivanova — PhD in Philology, Assistant, Theory and History of Journalism Department, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, ivanova_aalx@pfur.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-9807-6999>.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Для цитирования

Медиасистемы постсоветского пространства: векторы эволюции и методы исследований / Е.В. Мартыненко, А.Е. Базанова, А.К. Малаховский, А.А. Иванова. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).609-627. — EDN AVYCSW // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 4. — С. 609–627.

For Citation

Martynenko E.V., Bazanova A.E., Malakhovsky A.K., Ivanova A.A. Media Systems of the Post-Soviet Space: Evolution Vectors and Research Methods. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 4, pp. 609–627. (In Russian). EDN: AVYCSW. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).609-627.