

# ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

## THEORY OF JOURNALISM

Научная статья

УДК 070

EDN [MMOFRT](#)DOI [10.17150/2308-6203.2026.15\(1\).5-23](#)

### Ключевые слова научных публикаций как отражение тематики исследований журналистики и медиа: методология и некоторые результаты исследования

Демина И.Н.

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация,  
[idemina.irk@mail.ru](mailto:idemina.irk@mail.ru)

**Аннотация.** В статье анализируется актуальная тематика современных российских исследований журналистики и медиа. Для этого объектом изучения выбраны научные журналы, относящиеся к тематической области «Медиаисследования. Журналистика. Средства массовой информации», а именно: «Вестник Томского государственного университета. Филология» и «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика». Для исследования тематики научных публикаций проанализированы ключевые слова ко всем статьям, опубликованным в данных журналах за 2025 г. Все ключевые слова были объединены в определенные тематические группы, сформированные автором. Анализ структуры тематических групп ключевых слов двух названных журналов позволил сделать следующие выводы. Среди тематических групп ключевых слов к статьям раздела «Журналистика» журнала «Вестник Томского государственного университета» нет «лидера». В структуре тематических групп ключевых слов по 13,3 % занимают группы «История журналистики и СМИ», «Традиционные СМИ (телевидение и радио)», «Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты». Сравнимую долю (10,0 %) занимает группа «Региональные исследования в журналистике». В тематике статей журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» присутствует широкое разнообразие тем и их относительная равнопредставленность. В то же время в тематике данного журнала есть чаще всего исследуемая в 2025 г. тема — «Искусственный интеллект». На втором месте — «Междисциплинарные исследования» (10,1 %), на третьем — «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ» (8,9 %), немного отстает «Цифровизация медиа и ее последствия» (8,2 %). Закрывает пятерку «Реклама и пиар» с 6,9 %. Статья полезна для потенциальных авторов — аспирантов, профессорско-преподавательского состава в аспекте выбора тем и проблем будущих исследований, а также научных изданий для их опубликования.

**Ключевые слова.** Тематика исследований журналистики и медиа, коммуникативистика, ключевые слова научных публикаций, научные журналы тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации».

**Информация о статье.** Дата поступления 10 февраля 2026 г.; дата поступления после доработки 25 февраля 2026 г.; дата принятия к печати 28 февраля 2026 г.; дата онлайн-размещения 31 марта 2026 г.

**Для цитирования.** Демина И.Н. Ключевые слова научных публикаций как отражение тематики исследований журналистики и медиа: методология и некоторые результаты исследования / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(1).5-23. — EDN [MMOFRT](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2026. — Т. 15, № 1. — С. 5–23.

Original article

## Keywords of Scientific Publications as a Reflection of the Research Topics of Journalism and Media: Methodology and Some Research Results

I.N. Demina 

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, [idemina.irk@mail.ru](mailto:idemina.irk@mail.ru)

**Abstract.** The article analyzes the current topics of modern Russian journalism and media studies. For this purpose, scientific journals related to the thematic field of “Media Studies. Journalism. Mass media” have been chosen as the object of study, namely: “Tomsk State University Journal of Philology” and “Bulletin of the Moscow University. Series 10. Journalism”. To study the topics of scientific publications, keywords for all articles published in these journals for 2025 were analyzed. All the keywords were grouped into specific thematic groups formed by the author. The analysis of the structure of the thematic groups of keywords of the two named journals allowed us to draw the following conclusions. There is no “leader” among the thematic groups of keywords for articles in the Journalism section of the “Tomsk State University Journal of Philology” journal. In the structure of thematic keyword groups, 13,3 % are occupied by the groups “History of Journalism and Mass Media”, “Traditional Media (Television and Radio)”, “Linguistics in Journalism and Media Research. Stylistics. Journalistic Texts”. A comparable share (10,0 %) is held by the Regional Studies in Journalism group. In the subject of articles of the journal “Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism” there is a wide variety of topics and their relative equal representation. At the same time, the topic of this journal is “Artificial Intelligence”, which is most often studied in 2025. Interdisciplinary Research is in second place (10,1 %), General Theoretical Issues of Journalism and Media Theory are in third (8,9 %), and Media digitalization and its consequences are slightly behind (8,2 %). Advertising and PR completes the top five with 6,9 %. The article is useful for potential authors — graduate students, faculty members in terms of choosing topics and problems for future research, as well as scientific editions for their publication.

**Keywords.** Topics of journalism and media research, communication studies, keywords of scientific publications, scientific journals on the subject of “Mass Communication. Journalism. Mass media”.

**Article info.** Received February 10, 2026; revised February 25, 2026; accepted February 28, 2026; available online March 31, 2026.

**For Citation.** Demina I.N. Keywords of Scientific Publications as a Reflection of the Research Topics of Journalism and Media: Methodology and Some Research Results. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2026, vol. 15, no. 1, pp. 5–23. (In Russian). EDN: [MMOFRT](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(1).5-23.

### Введение

В Российской Федерации ежегодно проводится большое число научно-практических конференций, посвященных исследованиям журналистики, коммуникативистики, медиа, издается масса сборников тезисов, материалов этих конференций. Далее проблемы, выносимые на обсуждение, находят отражение в научных публикациях ученых данной научной сферы. Следует упомянуть, например, работы М.И. Макеенко [1] и А.В. Вырковского и С.С. Смирнова [2]. Поэтому актуальную тематику и проблематику современных российских исследований журналистики и медиа можно определить, подвергнув анализу содержание научных журналов, относящихся к тематической области «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» (так они определены в РИНЦ). Вопрос заключается в том, что именно сделать объектом такого исследования. Теоретически можно подвергнуть анализу названия научных статей в журналах, и подобное исследование возможно. В настоящем исследовании в качестве такого объекта автор выбрал не названия статей, а ключевые слова, сопровождающие любую научную статью, рассудив, что набор ключевых слов наиболее релевантно отражает содержание, предмет и объект любой научной статьи.

Предварительный обзор научной литературы позволил констатировать, что в таком аспекте проблематика и тематика научных текстов не анализировалась: не удалось найти ни одной научной статьи с подобным подходом. В то же время сам термин «ключевое слово» являлся предметом исследований, прежде всего лингвистов. Удалось найти немногочисленное количество научных статей, посвященных феномену ключевого слова. Так, ключевыми словами занимаются Е.В. Вырочева, Н.А. Прокофьева и Е.А. Щеглова [3], Е.В. Парышева [4], З.Л. Новоженова [5], С.А. Серова

[6], А.А. Евдоченкова [7] и др. Все перечисленные авторы связывают ключевые слова с выражением современной эпохи и называют их «ключевыми словами текущего момента». В этой связи Е.О. Туманова пишет, что понятие «ключевые слова текущего момента» было предложено в начале 1990-х гг. Лингвисты отмечают, что они не относятся к традиционным объектам филологического и лингвистического анализа, трактуют их как «особенно важные и показательные для отдельно взятой культуры» лексические единицы и называют словами-символами или словами-маркерами. Для их обозначения предложено даже использовать новый термин — «эонимы» [8].

В любом научном тексте ключевые слова — это слова или фразы, представляющие основные темы или идеи публикации. Основная задача ключевых слов — помочь читателям и поисковым системам быстро определить содержание работы и оценить ее соответствие их интересам. Ключевые слова играют важную роль в усилении заметности научной работы, повышении ее цитируемости и расширении распространения.

По обоим основаниям (актуальность ключевых слов, соответствие их текущему моменту и усиление заметности, повышение цитируемости и расширение распространения) возможно определение актуальности тематики тех или иных исследований, в данном случае исследований по тематике «Медиаисследования. Журналистика. Средства массовой информации». Этому и посвящена настоящая статья. Далее будут описаны и аргументированы методология и методика, разработанные специально для этой статьи.

### Методология исследования

Подробное рассмотрение перечня журналов по тематике «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» позволило из-

влекать следующую информацию. В соответствии с данными научной электронной библиотеки *eLibrary* насчитывается всего 45 научных журналов по названной тематике<sup>1</sup>. Есть еще один весьма уважаемый и авторитетный журнал — «World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies». Он входит в ядро РИНЦ по тематике «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации», Scopus (Q1) и во вторую группу белого списка<sup>2</sup>, но мы ограничили базу исследования только русскоязычными изданиями. Сузить список журналов позволяет фильтр «Перечень ВАК». В этот перечень попали 24 журнала<sup>3</sup>. Для более наглядного представления статуса этих журналов по данным *eLibrary* составлена табл. 1<sup>4</sup>. Нумерация журналов в таблице выстроена в соответствии с их местом в *Science Index* Российского индекса научного цитирования. В столбцах 3, 4 и 5 указаны основные показатели соответствующих журналов за все время их существования, а именно: в графе 3 — количество выпусков, в графе 4 — число публикаций, в графе 5 — количество цитирований.

Статус того или иного журнала на протяжении многих лет определялся тем, включен ли он в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК)». Как уже говорилось, все перечисленные в табл. 1 журналы включены в этот Перечень, но с недавних пор они подверглись так называемому категорированию, и отдельным из них была присвоена категория — с первой по четвертую. Наиболее высокий статус у журналов, попавших в первую катего-

рию. Среди журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» в первую категорию попали всего пять журналов (они отмечены плюсом в графе 6 табл. 1). Во второй категории находятся 14 журналов нашей тематики (графа 7), в третьей — четыре (графа 8).

В настоящее время кроме привычного для научной общественности Перечня ВАК появился новый список, так называемый Единый государственный перечень научных изданий (ЕГПНИ). Пока не совсем ясно, каким образом будет определяться статус журналов для защит кандидатских и докторских диссертаций, участия в конкурсах научных грантов и определения позиции публикации для выполнения эффективных контрактов — по Перечню ВАК или по ЕГПНИ или возможны варианты. Можно предположить, что будут разработаны нормативные материалы ВАК, Минобрнауки и отдельных образовательных учреждений, регулирующие названные вопросы. В *eLibrary* уже по каждому журналу указано, включен ли он в ЕГПНИ, который также теперь называется белый список — ЕГПНИ/Белый список. При этом не понятно, каким образом белый список ВАК коррелируется с белым списком ЕГПНИ. Судя по нашей таблице, никак.

В белый список ЕГПНИ входят всего шесть журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». В отличие от Перечня ВАК, в котором заявлены три категории, в белом списке ЕГПНИ не категории, а уровни, и всего их четыре. Самый высокий статус у журналов, которые попадают в список первого уровня. Среди журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» таковых нет. Во втором уровне белого списка ЕГПНИ присутствует всего один журнал (графа 9 табл. 1), в третьем — четыре (графа 10), наконец, в четвертом — всего один журнал.

<sup>1</sup> Каталог журналов. URL: <https://www.elibrary.ru/titles.asp> (дата обращения 20.01.2026).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Там же.

Таблица 1 / Table 1  
**Журналы Перечня ВАК по тематике «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации»**  
**Journals on the Higher Attestation Commission (HAC) List in the Subject "Mass Communication. Journalism. Mass Media"\***

№ (место в рейтинге Science Index / Science Index Ranking)	Журнал / Journal	Число / Number of					Категория ВАК / Category in the List of HAC				Уровень ЕГПНИ (Белый список) / Level in the Unified State List of Scientific Publications (White List)			Включение в проект RSCI / Included in the RSCI Project			
		Выпусков / Issues		Публикаций / Publications	Цитирований / Citations	6	7	8	9	10	11	12					
		3	4										1		2	3	4
1	2																
1	Вестник Томского государственного университета. Филология	96	1 435	1 833	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+
2	Медиалингвистика	48	658	667	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика	149	1 412	1 510	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
4	Вопросы теории и практики журналистики	53	735	1 148	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
5	Текст. Книга. Книгоиздание	38	367	223	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Наука телевидения	49	423	251	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Медиаскоп	71	1 098	758	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8	Коммуникативные исследования	46	874	427	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика	77	1 347	433	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Меди@льманах	121	1 480	575	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Продолжение табл. 1 / Continuation of the Table 1

№ (место в рейтинге Science Index / Science Index Ranking)	Журнал / Journal	Число / Number of			Категория ВАК / Category in the List of НАС	Уровень ЕГПНИ (Белый список) / Level in the Unified State List of Scientific Publications (White List)				Включение в проект RSCI / Included in the RSCI Project	
		Выпусков / Issues	Публикаций / Publications	Цитирований / Citations		1	2	3	4		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
11	Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика	74	1 561	416	-	+	-	-	-	-	-
12	Библиография и книговедение	64	993	106	-	+	-	-	-	-	-
13	Коммуникология	59	858	313	-	+	-	-	-	-	-
14	Знак: проблемное поле медиаобразования	58	1 142	372	-	+	-	-	-	-	-
15	Вопросы журналистики, педагогики, языкознания	23	370	69	-	+	-	-	-	-	-
16	Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал	82	973	110	-	+	-	-	-	-	-
17	Вопросы журналистики	17	143	34	-	+	-	-	-	-	-
18	Ученые записки Новгородского государственного университета	59	1 313	166	-	+	-	-	-	-	-
19	Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика	68	2 734	464	-	+	-	-	-	-	-

Окончание табл. 1 / The End of the Table 1

№ (место в рейтинге Science Index / Science Index Ranking)	Журнал / Journal	Число / Number of			Категория ВАК / Category in the List of HAC					Уровень ЕГПНИ (Белый список) / Level in the Unified State List of Scientific Publications (White List)				Включение в проект RSCI / Included in the RSCI Project
		Выпусков / Issues	Публикаций / Publications	Цитирований / Citations	1	2	3	1	2	3	4			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
20	Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология	85	3 187	286	-	+	-	-	-	-	-			
21	Российская школа связей с общественностью	37	520	69	-	-	+	-	-	-	-			
22	Виртуальная коммуникация и социальные сети	16	157	33	-	-	+	-	-	-	-			
23	Актуальные вопросы современной филологии и журналистики	35	688	28	-	-	+	-	-	-	-			
24...	Вопросы медиабизнеса	16	135	2	-	-	+	-	-	-	-			

\* Составлена по: Каталог журналов. URL: <https://www.elibrary.ru/titles.asp> (дата обращения 20.01.2026).

В табл. 1 добавлена еще одна графа — 12, в которой отмечены журналы, включенные в проект *Russian Science Citation Index* (RSCI). Названный проект является результатом соглашения между компанией *Thomson Reuters* (сейчас *Clarivate Analytics*) и Научной электронной библиотекой (НЭБ), заключенного в сентябре 2014 г., о размещении ядра лучших российских журналов из РИНЦ на платформе *Web of Science*. Целью проекта является определение лучших российских журналов в РИНЦ и размещение их на платформе *Web of Science* в виде отдельной базы данных *Russian Science Citation Index* (RSCI) по аналогии с тем, как это было сделано с китайским и латиноамериканским индексами научного цитирования<sup>5</sup>. Рассмотрение данных по журналам тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» показало, что список журналов, включенных в международную наукометрическую базу данных *Web of Science*, полностью совпадает со списком *Russian Science Citation Index*. Эти журналы показаны в графе 12 табл. 1.

Данные табл. 1 сами по себе могут служить ориентиром для настоящих и потенциальных авторов, планирующих опубликовать научные тексты по тематике «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации», особенно для молодых авторов — аспирантов, магистрантов и т.д. Во-первых, в табл. 1 собрана информация по 24 наиболее авторитетным научным журналам указанной тематики. Во-вторых, указаны статусы этих журналов в научно-публикационной деятельности.

Что касается анализа актуальной тематики и интересующей исследователей медиа, журналистики и коммуникаций проблематики, отраженной в корпусе научных публикаций, то необходимо ограни-

чить объект и временные границы исследования. Невозможно проанализировать все публикации (сплошное исследование), появившиеся, к примеру, за несколько лет во всех журналах тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». В выборе самих журналов ограничимся пятью, включив в список анализируемых журналов:

1. Вестник Томского государственного университета. Филология (первое место в SI; ВАК, категория 1; ЕГПНИ/Белый список, уровень 2; RSCI).

2. Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика (третье место в SI; ВАК, категория 1; ЕГПНИ/Белый список, уровень 3; RSCI).

3. Вопросы теории и практики журналистики (четвертое место в SI; ВАК, категория 1; ЕГПНИ/Белый список, уровень 3; RSCI).

4. Медиаскоп (седьмое место в SI; ВАК, категория 1).

5. Коммуникативные исследования (восьмое место в SI; ВАК, категория 2).

Такой выбор требует некоторых пояснений. В исследование тематики и проблематики не включен журнал «Медиалингвистика» (второе место в рейтинге SI), так как, по нашему мнению, сама тематика журнала ограничена уже его названием. По этой же причине в исследование не включены журналы «Текст. Книга. Книгоиздание» (пятое место в рейтинге SI), поскольку в названии не обозначена сфера «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации», и «Наука телевидения» (шестое место в рейтинге SI), сфера ограничена только одним видом медиа. Вызывает вопросы журнал «Вестник Томского государственного университета. Филология», так как в названии также не отражены понятия «журналистика» и «средства массовой информации», но он занимает в рейтинге SI первое место по тематике «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой

<sup>5</sup> О проекте *Russian Science Citation Index*. URL: [https://www.elibrary.ru/project\\_rsci.asp](https://www.elibrary.ru/project_rsci.asp) (дата обращения 20.01.2026).

информации» и по числу выпусков — 96 — уступает только журналу «Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика» — 149. Кроме того, на выбор именно перечисленных журналов повлияла и их география: два из них — московские, по одному — из Томска, Иркутска и Омска.

По временному фактору данное исследование ограничим одним, 2025 годом, включив все номера журналов.

Для исследования тематики перечисленных журналов была применена следующая методика. Из корпуса статей, опубликованных во всех пяти журналах и доступных на момент анализа (январь 2026 г.), были извлечены все ключевые слова, подобранные авторами, затем эти ключевые слова были объединены в определенные тематические группы. Здесь не приводятся полные перечни тематических групп и ключевых слов, которые были отнесены к той или иной тематической группе: это невозможно в рамках даже двух статей, но, вероятно, может явиться предметом отдельной научной дискуссии и соответствующего исследования. Обозначение (название) тех или иных тематических групп ключевых слов аналогично для всех исследуемых журналов, хотя перечни тематических групп не всегда совпадают по причине специфики журналов.

Объем статьи не позволяет опубликовать и полные таблицы с ключевыми словами. В таблицах, представленных далее в статье, отображены результаты обработки массива данных (ключевых слов), объединенных в тематические группы. Анализ проведен по каждому из журналов («Вестник Томского государственного университета. Филология», «Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика», «Вопросы теории и практики журналистики», «Медиаскоп» и «Коммуникативные исследования»), затем сделаны общие выводы по всему корпусу ключевых слов исследуемых журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». Все данные, приведенные в статье, находятся в открытом доступе в научной электронной библиотеке *eLibrary* либо на сайтах соответствующих журналов. Материал настолько объемен, что потребовал написания по данной теме второй статьи, публикация которой запланирована в следующем номере журнала.

двух журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». Все данные, приведенные в статье, находятся в открытом доступе в научной электронной библиотеке *eLibrary* либо на сайтах соответствующих журналов. Материал настолько объемен, что потребовал написания по данной теме второй статьи, публикация которой запланирована в следующем номере журнала.

### Результаты исследования

В данной статье приводятся промежуточные результаты исследования по двум из заявленных к анализу журналов: «Вестник Томского государственного университета. Филология» и «Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика», занимающим первое и второе место в рейтинге SI. По каждому из журналов приведена краткая справка и результаты самого исследования.

#### **Журнал «Вестник Томского государственного университета. Филология»**

Учредитель журнала – Национальный исследовательский Томский государственный университет (Томск). Это научное сериальное издание, распространяемое в печатном и электронном виде, все выпуски в открытом доступе. Специальность ВАК — 050900. Филология. Рубрики ГРНТИ: 160000 — Языкознание; 170000 — Литература. Литературоведение. Устное народное творчество; 190000 — Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации. Основные разделы журнала: «Лингвистика», «Литературоведение», «Журналистика»<sup>6</sup>. Редакционная политика: публикация статей и обзоров по актуальным вопросам современной филологической науки.

<sup>6</sup> Вестник Томского государственного университета. Филология // *Elibrary.ru*. URL: [https://elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=26634](https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=26634) (дата обращения 25.01.2026).

На момент проведения исследования в открытом доступе находились пять номеров за 2025 г.<sup>7</sup> В каждом номере журнала заявлено четыре раздела: «Лингвистика», «Литературоведение», «Рецензии» и «Журналистика». В № 97 всего 15 статей, из них в разделе «Журна-

листика» — две, в № 96 всего статей 15, из них в разделе «Журналистика» — три, в № 95 всего статей 15, из них в разделе «Журналистика» — две, в № 94 всего статей 15, из них в разделе «Журналистика» — одна, в № 93 всего статей 15, из них в разделе «Журналистика» — две. Для анализа были выбраны только статьи и ключевые слова к ним из раздела «Журналистика». Результаты анализа приведены в табл. 2.

<sup>7</sup> Каталог журналов // Elibrary.ru. URL: <https://www.elibrary.ru/titles.asp> (дата обращения 26.01.2026).

Таблица 2 / Table 2

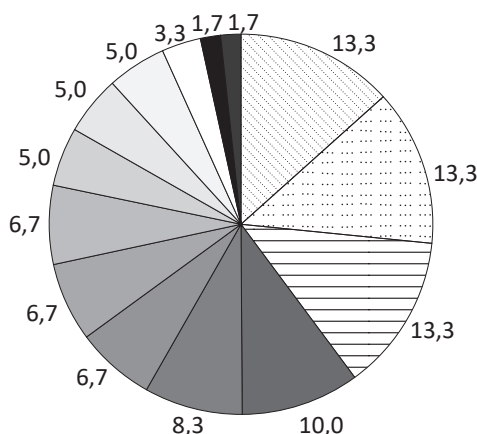
**Результаты анализа тематики раздела «Журналистика»  
журнала «Вестник Томского государственного университета. Филология» (2025 г.)  
Results of the Analysis of the “Journalism”  
Section of the “Tomsk State University Journal of Philology” (2025)**

№ п/п/ No.	Тематические группы ключевых слов / Subject Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
1	История журналистики и СМИ / History of Journalism and the Media	8	13,3
2	Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)	8	13,3
3	Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts	8	13,3
4	Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism	6	10,0
5	Имена / Persons	5	8,3
6	Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media	4	6,7
7	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media	4	6,7
8	Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption	4	6,7
9	Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences	3	5,0
10	Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media	3	5,0
11	Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)	3	5,0
12	Жанры журналистики / Journalism Genres	2	3,3
13	Русское зарубежье / Russian Diaspora	1	1,7
14	Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research	1	1,7
<i>Всего / Total</i>		60	100

Более наглядно структура корпуса ключевых слов текстов раздела «Журналистика» представлена на рис. 1.

Как видно из рис. 1 и табл. 2, среди тематических групп ключевых слов статей раздела «Журналистика» журнала

«Вестник Томского государственного университета. Филология» нет «лидера». В структуре тематических групп ключевых слов по 13,3 % занимают группы «История журналистики и СМИ» (например, [9–11]), «Традиционные СМИ (те-



- ▣ История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media
- ▣ Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)
- ▣ Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts
- ▣ Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
- ▣ Имена / Persons
- ▣ Обще­теоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media
- ▣ Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
- ▣ Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
- ▣ Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
- ▣ Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
- ▣ Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)
- ▣ Жанры журналистики / Journalism Genres
- ▣ Русское зарубежье / Russian Diaspora
- ▣ Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research

**Рис. 1. Структура тематики раздела «Журналистика» журнала «Вестник Томского государственного университета. Филология»**

**Fig. 1. The Structure of the Topics of the “Journalism” Section of the “Tomsk State University Journal of Philology”**

левидение и радио)» (такие ключевые слова содержатся, например, в [12; 13]), «Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты» (статьи с такими ключевыми словами: [14; 15]). Сравнимую долю (10,0 %) занимает группа «Региональные исследования в журналистике». Ключевые слова этих групп составляют примерно половину от ключевых слов всех тематических групп.

**Журнал «Вестник Московского университета.**

**Серия 10. Журналистика»**

Учредитель журнала — Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Москва). Научное серийное издание, распространяемое в печатном и электронном виде, все выпуски в открытом доступе. Специальность ВАК — 050909. Медиакоммуникации и журналистика. Рубрика ГРНТИ: 190000 — Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации. Основные разделы журнала: «Теория журналистики и СМИ», «Современная журналистика: тематика и проблематика», «Социология журналистики», «Экономика СМИ», «Периодическая печать», «Телевидение и радио», «Новые медиа», «Зарубежная журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «История журналистики», «Язык СМИ», «Право СМИ», «Журналистское образование», «Дискуссия», «Эссе», «Критика и библиография», «Материалы, документы, публикации».

Редакционная политика. Цель издания — создать полноценную информационную площадку, обеспечивающую отечественное и зарубежное академическое сообщество, медиаиндустрию, а также учащихся различных уровней (аспирантов, соискателей, магистрантов, бакалавров и пр.) результатами глубокого теоретического и эмпирического анализа проблем медиасферы.

Задачами издания следует считать:

- привлечение ведущих специалистов (ученых, практиков медиаиндустрии) к публикации свежих результатов проводимых ими теоретических и эмпирических исследований в области СМИ, журналистики, медиа, массовых коммуникаций;

- отбор лучших научных материалов с помощью тщательного рецензирования;
- распространение научной информации по разнообразным каналам.

Миссия журнала — повысить уровень посвященного проблемам массмедиа академического дискурса с помощью публикации лучших научных статей отечественных и иностранных авторов.

Целевая аудитория журнала — отечественные и зарубежные ученые, занимающиеся исследованиями медиа и журналистики в академических структурах; практики медиаиндустрии (менеджеры, исследователи, сотрудники корпораций и пр.); учащиеся различных уровней; широкий круг интеллектуалов, заинтересованных в получении научной информации о медиа и журналистике.

Тематика публикуемых статей — проблемы журналистики, СМИ, медиа, массовой коммуникации. В частности, журнал приветствует появление статей, посвященных теории журналистики и СМИ; социологии журналистики; экономике СМИ; проблемам периодической печати, новым медиа, телевидения и радио; рекламе и связям с общественностью; языку СМИ; праву СМИ; журналистскому образованию, а также критических материалов.

Число выпусков в год — шесть<sup>8</sup>.

На момент проведения исследования в открытом доступе находились пять номеров за 2025 г. В этих номерах опубликовано 36 статей. Для анализа из

<sup>8</sup> Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика // Elibrary.ru. URL: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=8376](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=8376) (дата обращения 26.01.2026).

корпуса этих статей извлечены все ключевые слова. В соответствии с используемой методикой они были распределены по тем же группам, которые были выбраны для предыдущего журнала, для ключевых слов, не отнесенных ни к одной группе, были добавлены новые группы,

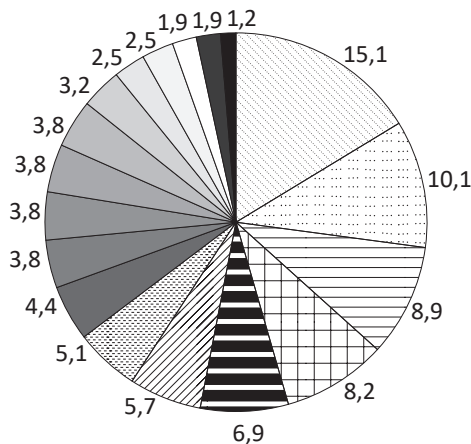
которых не было в журнале «Вестник Томского государственного университета. Филология». Результаты анализа представлены в табл. 3.

Более наглядно структура корпуса ключевых слов текстов раздела «Журналистика» представлена на рис. 2.

Таблица 3 / Table 3

**Результаты анализа тематики журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» (2025 г.) / Results of the Analysis of the Topics Covered in the Journal "Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism" (2025)**

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Subject Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
1	Искусственный интеллект / Artificial Intelligence	25	16,8
2	Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research	16	10,8
3	Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media	14	9,5
4	Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences	13	8,8
5	Реклама и пиар / Advertising and PR	11	7,4
6	Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media	9	6,1
7	Имена / Persons	8	5,4
8	Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism	7	4,7
9	Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption	6	4,1
10	Жанры журналистики / Journalism Genres	6	4,1
11	Журналистская практика / Journalistic Practice	6	4,1
12	Медиаменеджмент / Media Management	6	4,1
13	Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design	5	3,4
14	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in Theory and Practice of Journalism and Media	4	2,6
15	Термины на английском языке / Terms in English	4	2,7
16	Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)	3	2,0
17	Медиаобразование / Media Education	3	2,0
18	Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts	2	1,4
<i>Всего / Total</i>		158	100



- Искусственный интеллект / Artificial Intelligence
- Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research
- Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media
- Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
- Реклама и пиар / Advertising and PR
- Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
- Имена / Persons
- Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
- Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
- Жанры журналистики / Journalism Genres
- Журналистская практика / Journalistic Practice
- Медиаменеджмент / Media Management
- Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design
- Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
- Термины на английском языке / Terms in English
- Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)
- Медиаобразование / Media Education
- Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts

**Рис. 2. Структура тематики журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика»**

**Fig. 2. The Structure of the Topics of the Journal "Moscow University Bulletin. Series 10. Journalism"**

Данные табл. 3 и рис. 2 свидетельствуют о широком разнообразии тем, находящихся отражение в статьях журнала «Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика», и относительной равномерности их освещения. В то же время в тематике журнала есть чаще всего исследуемая в 2025 г. тема «Искусственный интеллект» — 17 % (ключевые слова из этой тематической группы встречаются в [16–18]). На втором месте находятся «Междисциплинарные исследования» — 10,1 % (например, статьи [19–21]), на третьем — «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ» с 8,9 % (к примеру, [22]), немного отстает «Цифровизация медиа и ее последствия» — 8,2 % (среди таких статей [23]). Замыкает пятерку «Реклама и пиар» с 6,9 % [24; 25]. Ключевые слова перечисленных тематических групп составляют немного больше половины ключевых слов.

### Заключение

Тематика исследований журналистики и медиа привлекает внимание

теоретиков и практиков. Анализ ключевых слов, объединенных в тематические группы, поможет выявить темы, представляющие максимальный интерес, а также темы, которые, несмотря на, возможно, высокую актуальность, пока мало освещаются медиаисследователями.

При определении объекта исследования в статье были определены и сведены в таблицу статусы научных журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». Методология и методика исследования применены впервые и нуждаются в обсуждении. Окончательные выводы будут обозначены в следующей статье. Результаты исследования, проведенного в этой статье, уже будут полезны для авторов — аспирантов, профессорско-преподавательского состава, научных работников, интересы которых связаны с тематикой «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации», в аспекте выбора как тем и проблем будущих исследований, так и научных изданий для опубликования результатов исследований.

### Список использованной литературы

1. Макеенко М.И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований / М.И. Макеенко. — EDN [VUJPHN](#) // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. — 2017. — № 6. — С. 3–31.
2. Вырковский А.В. Отечественный научный медиадискурс: структура, особенности, ключевые концепты / А.В. Вырковский, С.С. Смирнов. — DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2018.2747. — EDN [VJUHTS](#) // Вестник Московского университета. Серия 10, Журналистика. — 2018. — № 5. — С. 27–47.
3. Вырковцева Е.В. Откуда есть пошли традиционные ценности: семантика ключевого слова в актуальном языке эпохи / Е.В. Вырковцева, Н.А. Прокофьева, Е.А. Щеглова. — EDN [VNGHZZ](#) // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 26–29 марта 2025 г. — Екатеринбург, 2025. — С. 383–385.
4. Парышева Е.В. Рынок как ключевое слово текущего момента (на материале словарей русского языка конца XX — начала XXI в.) / Е.В. Парышева // Слово. Словарь. Словесность. К 100-летию со дня рождения доктора филологических наук, профессора, члена-корреспондента РАО Сакмары Георгиевны Ильенко : сб. ст. — Санкт-Петербург, 2024. — С. 179–188.
5. Новоженова З.Л. Время через призму слова: модные и ключевые слова текущего момента / З.Л. Новоженова // Приращение смысла : сб. науч. ст. к юбилею Татьяны Викторовны Шмельовой / науч. ред. А.Н. Сперанская. — Москва, 2021. — С. 135–144.
6. Серова С.А. Ключевые слова текущего момента в медиаязыке периода специальной военной операции / С.А. Серова, Е.П. Семишова. — DOI 10.24412/1991-5497-2023-299-424-426. — EDN [RATZSB](#) // Мир науки, культуры, образования. — 2023. — № 2 (99). — С. 424–426.

7. Евдоченкова А.А. Имена собственные как ключевые слова текущего момента (на материале современной американской прессы) / А.А. Евдоченкова, Т.В. Харламова // Романо-германская филология : сб. науч. тр. / ред. И.А. Банникова, Т.И. Борисова, Н.Н. Горина [и др.]. — Саратов, 2017. — Т. 7. — С. 77–85.

8. Туманова Е.О. Эоним как новый лингвистический термин (на материале немецкого языка) / Е.О. Туманова. — EDN [QJTJAC](#) // Вестник Государственного социально-гуманитарного университета. — 2024. — № 1 (53). — С. 83–93.

9. Киржаева В.П. С.И. Гессен и журнал «Русская школа»: из истории педагогической журналистики российского зарубежья 1930-х гг / В.П. Киржаева. — DOI 10.17223/19986645/93/14. — EDN [LJGDID](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 93. — С. 267–285.

10. Мазуров А.Е. Конфликт «Сибирской газеты» и «Сибирского вестника» в фельетонах Ф.В. Волховского (1882–1888 гг.) / А.Е. Мазуров, Н.В. Жилиякова. — DOI 10.17223/19986645/93/15. — EDN [UUAHTC](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 93. — С. 286–307

11. Такмянин И.А. Краеведческая тематика в томских периодических изданиях В.А. Долгокурова (1895–1906) / И.А. Такмянин. — DOI 10.17223/19986645/97/15. — EDN [FLEOCI](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 97. — С. 322–337.

12. Долгова Ю.И. Специфика программирования популярных провинциальных телеканалов КНР / Ю.И. Долгова, И. Чжан. — DOI 10.17223/19986645/94/15. — EDN [FPPCMG](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 94. — С. 290–309.

13. Беляев Д.А. Генезис медиаформатов отечественной гейм-журналистики / Д.А. Беляев. — DOI 10.17223/19986645/96/13. — EDN [KQHCVQ](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 96. — С. 243–266.

14. Басовская Е.Н. От «пламенного революционера» — к «пламенному уфологу»: метаморфозы определения советизма в современном медиатексте / Е.Н. Басовская. — DOI 10.17223/19986645/95/14. — EDN [ZPLOPP](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 95. — С. 245–260.

15. Дускаева Л.Р. Речевая адаптация блогера к массовой аудитории научно-популярных телеграм-каналов / Л.Р. Дускаева. — DOI 10.17223/19986645/97/14. — EDN [XVSLDA](#) // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2025. — № 97. — С. 290–321.

16. Бодрунова С.С. Искусственный интеллект в медиасфере: направления исследования, профессиональные противоречия и новые риски / С.С. Бодрунова, К.Р. Нигматуллина. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.322. — EDN [NGQFDZ](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 5. — С. 3–22.

17. Вартанов С.А. Российская модель использования ИИ в цифровых экосистемах медиакоммуникационной индустрии / С.А. Вартанов, А.Ю. Тыщечкая. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.2353. — EDN [OJKORN](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 5. — С. 23–53.

18. Давыдов С.Г. Дипфейки как социальная угроза / С.Г. Давыдов, Н.Н. Матвеева, А.В. Сапонова. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.5478. — EDN [HOCBDB](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 5. — С. 54–78.

19. Тихонова И.А. Репрезентация районов Москвы в территориальных интернет-сообществах в социальной сети «ВКонтакте» / И.А. Тихонова, Е.А. Кожемякин. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.3356. — EDN [QMPRSE](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 2. — С. 33–56.

20. Шерих М.Д. «Нью-Йорк Таймс» о «Русском балете» (1920–1930 гг.) / М.Д. Шерих. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.8095. — EDN [BMRBJF](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 2. — С. 80–95.

21. Метель Ю.А. Оценка влияния новостного фона в СМИ на уровень инфляции в России / Ю.А. Метель, Н.Н. Куницына. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.332. — EDN [ATWZQJ](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 2. — С. 3–32.

22. Казун А.Д. Избегание новостей в России: масштабы и характерные черты / А.Д. Казун. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993. — EDN [DLSAIE](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — № 1. — С. 69–93.


23. Мухина О.С. Потенциал нейросетей в генерации фотореалистичного контента для медиа / О.С. Мухина, В.Ф. Олешко. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.7895. — EDN [HPLIIZP](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 4. — С. 78–95.
24. Тимшин В.А. «Прослушайте информации»: к истории развития рекламы на радио в Кировской области (1936–1948) / В.А. Тимшин. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2025.327. — EDN [NQXRGR](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 3. — С. 3–27.
25. Сидоренко Я.В. Семиотический аспект рекламы для бизнеса от традиционных банков и небанков / Я.В. Сидоренко. — DOI 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2025.2856. — EDN [NBFEFGJ](#) // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2025. — Т. 50, № 3. — С. 28–56.

## References


1. Makeenko M.I. Elaboration of Media Theories in Russian Academic Journals in the 2010 s: Results of the First Stage of the Research. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 6, pp. 3–31. (In Russian). EDN: [VUJPHN](#).
2. Vyrkovsky A.V., Smirnov S.S. Russian Scientific Media Discourse: Structure, Features and Key Concepts. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2018, no. 5, pp. 27–47. (In Russian). EDN: [VJUHTS](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2018.2747.
3. Vyrovtsseva E.V., Prokofieva N.A., Scheglova E.A. How Traditional Values Appeared: Semantics of the Keyword in the Current Language of the Era. *Digital Journalism: Technologies, Meanings and Features of Creative Activity. Materials of the 2<sup>nd</sup> International Scientific Conference, Ekaterinburg, March 26–29, 2025*. Ekaterinburg, 2025, pp. 383–385. (In Russian). EDN [VNGHZZ](#).
4. Parysheva E.V. Market as a Keyword of the Current Moment (Based on the Material of Dictionaries of the Russian Language of the Late 20<sup>th</sup> — Early 21<sup>st</sup> Century). *Word. Dictionary. Literature. Dedicated to the 100<sup>th</sup> Anniversary of the Birth of Sakmara G. Ilyenko, Doctor of Philology, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences. Collected Papers*. Saint Petersburg, 2024, pp. 179–188. (In Russian).
5. Novozhenova Z.L. Time in Terms of Words: Catch-Words and Key-Words of Current Situation. Speranskaya A.N. (ed.). *Adding Meaning. Collected Papers*. Moscow, 2021, pp. 135–144. (In Russian).
6. Serova S.A., Semishova E.P. Keywords of the Current Moment in the Media Language of the Special Military Operation Period. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = The World of Science, Culture and Education*, 2023, no. 2, pp. 424–426. (In Russian). EDN: [RATZSB](#). DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-424-426.
7. Yevdochenkova A.A., Kharlamova T.V. Proper Names as the Key Words of the Current Moment (the Analysis of the Modern American Press). Bannikova I.A., Borisova T.I., Gorina N.N., Dubrovina I.I., Kazakova V.Yu., (eds.). *Roman-German Philology. Collected Papers*. Moscow, 2017, vol. 7, pp. 77–85. (In Russian).
8. Tumanova E.O. Eonim as a New Linguistic Term (German-Based Study). *Vestnik Gosudarstvennogo sotsial'no-gumanitarnogo universiteta = Bulletin of the State Socio-Humanitarian University*, 2024, no. 1, pp. 83–93. (In Russian). EDN [QJTJAC](#).
9. Kirzhaeva V.P. Sergei Gessen and the Journal Russkaya Shkola: From the History of Pedagogical Journalism of Russia Abroad in the 1930s. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 93, pp. 267–285. (In Russian). EDN: [LJGDID](#). DOI: 10.17223/19986645/93/14.
10. Mazurov A.E., Zhilyakova N.V. The Controversy Between Sibirskaya Gazeta and Sibirskiy Vestnik in the Feuilletons of Feliks Volkhovskiy (1882–1888). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 93, pp. 286–307. (In Russian). EDN: [UUAHTC](#). DOI: 10.17223/19986645/93/15.
11. Takmyanin I.A. Local History Topics in Tomsk Periodicals Published by Vsevolod Dolgorukov (1895–1906). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 97, pp. 322–337. (In Russian). EDN: [FLEOCI](#). DOI: 10.17223/19986645/97/15.
12. Dolgova Yu.I., Ying Zh. Daily and Weekly Dynamics of Programming of Hunan TV, Zhejiang TV and Jiangsu TV Channels. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 94, pp. 290–309. (In Russian). EDN: [FPCCMG](#). DOI: 10.17223/19986645/94/15.

13. Belyaev D.A. Genesis of Media Formats of Domestic Game Journalism. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 96, pp. 243–266. (In Russian). EDN: [KQHCVQ](#). DOI: 10.17223/19986645/96/13.
14. Basovskaya E.N. From “Fiery Revolutionary” to “Fiery Ufologist”: Metamorphoses of the Soviet-Era Attribute in the Modern Media Text. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 95, pp. 245–260. (In Russian). EDN: [ZPLOPP](#). DOI: 10.17223/19986645/95/14.
15. Duskaeva L.R. The Blogger's Speech Adaptation to the Mass Audience of Popular Science Telegram Channels. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2025, no. 97, pp. 290–321. (In Russian). EDN: [XVSLDA](#). DOI: 10.17223/19986645/97/14.
16. Bodrunova S.S., Nigmatullina K.R. Artificial Intelligence in the Media Sphere: Research Directions, Professional Contradictions and New Risks. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 5, pp. 3–22. (In Russian). EDN: [NGQFDZ](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.322.
17. Vartanov S.A., Tyshetskaya A.Yu. The Russian Model of AI Use in Digital Ecosystems of the Media Communication Industry. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 5, pp. 23–53. (In Russian). EDN: [QJKORN](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.2353.
18. Davydov S.G., Matveeva N.N., Saponova A.V. Dipfakes as a Social Threat. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 5, pp. 54–78. (In Russian). EDN: [HOCEBD](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.5478.
19. Tikhonova I.A., Kozhemyakin E.A. Representation of the Moscow Districts in Local Internet Communities on the VK Social Network. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 2, pp. 33–569. (In Russian). EDN: [QMPRSE](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.3356.
20. Sherikh M.D. The New York Times on the “Russian Ballet” (1920–1930s). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 2, pp. 80–95. (In Russian). EDN: [BMRBJF](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.8095.
21. Metel Yu.A., Kunitsyna N.N. Assessment of the Impact of Media News Backgrounds on Inflation in Russia. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 2, pp. 3–32. (In Russian). EDN: [ATWZQJ](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.2.2025.332.
22. Kazun A.D. News Avoidance in Russia: Scope and Characteristics. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, no. 1, pp. 69–93. (In Russian). EDN: [DLSAIE](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.1.2025.6993.
23. Mukhina O.S., Oleshko V.F. The Potential of Neural Networks in Generating Photorealistic Content for Media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 4, pp. 78–95. (In Russian). EDN: [HPLIZP](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.7895.
24. Timshin V.A. “Listen to the Information”: On the History of the Development of Advertising in the 1936–1948 on the Kirov Region Radio. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 3, pp. 3–27. (In Russian). EDN: [NQXRGR](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2025.327.
25. Sidorenko Ya.V. Advertising Discourse of Traditional Banks and Neobanks for Business: A Socio-Semiotic Perspective. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2025, vol. 50, no. 3, pp. 28–56. (In Russian). EDN: [NBFEFGJ](#). DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.3.2025.2856.

### Информация об авторе

Демина Ирина Николаевна — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой журналистики и маркетинговых технологий, Байкальский государственный университет, 664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11,  <https://orcid.org/0000-0003-0306-3579>, SPIN-код: 8976-1790, ResearcherID: GJR-4527-2022.

**Author Information**

*Irina N. Demina* — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Journalism and Marketing Technologies, Baikal State University, 11 Lenin Str., Irkutsk, 664003, Russian Federation,  <https://orcid.org/0000-0003-0306-3579>, SPIN-Code: 8976-1790, ResearcherID: GLR-4527-2022.