

ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

THEORY OF JOURNALISM

Научная статья
УДК 070
EDN IPUALN
DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(2).189-212



Тематика медиаисследований. Результаты анализа корпуса ключевых слов публикаций в российских научных журналах

Демина И.Н. 

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация,
idemina.irk@mail.ru

Аннотация. В статье подводятся итоги большого исследования тематики и проблематики научных публикаций, относящихся к массовой коммуникации, журналистике и медиа. По методике, разработанной автором, выделяются и исследуются тематические группы ключевых слов, извлеченных из текстов трех научных журналов — «Вопросы теории и практики журналистики», «Медиа-скоп» и «Коммуникативные исследования». Построена таблица, демонстрирующая результаты исследования по каждому из анализируемых журналов и суммарные по пяти журналам, включая перечисленные и еще два: «Вестник Томского государственного университета. Филология» и «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика». Графики в статье отражают структуру ключевых слов по тематическим группам, ранжирование по количеству и удельному весу употребляемых авторами ключевых слов в общей структуре и структуре каждого журнала. По результатам исследования сделаны выводы и предложена научная дискуссия. Некоторые из выводов: на первых местах оказались тематические группы «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ», «Искусственный интеллект», «Сетевые СМИ, интернет-СМИ», «Междисциплинарные исследования» и «Реклама и пиар». Из поля внимания исследователей практически исчезла тематика «Традиционные СМИ (периодика)», «Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн», «Жанры журналистики». В более пристальном внимании исследователей нуждается тема ценностей, аксиологии журналистики. Ключевых слов, которые можно было организовать в отдельные тематические группы, относящиеся к информационным войнам, работе военных корреспондентов, пропаганде и контрпропаганде, осмыслению журналистской деятельности в условиях специальной военной операции, в научных статьях не обнаружилось. Исследование проблематики нуждается в дальнейшем мониторинге ключевых слов для актуализации последующих научных изысканий в научной отрасли «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации».

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 8 апреля 2026 г.; дата поступления после доработки 22 апреля 2026 г.; дата принятия к печати 22 апреля 2026 г.; дата онлайн-размещения 9 июня 2026 г.

Для цитирования. Демина И.Н. Тематика медиаисследований. Результаты анализа корпуса ключевых слов публикаций в российских научных журналах / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(2).189-212. — EDN IPUALN // Вопросы теории и практики журналистики. — 2026. — Т. 15, № 2. — С. 189–212.

Original article

Media Research Topics: Results of the Analysis of the Corpus of Publications' Keywords in Russian Scientific Journals

I.N. Demina 

Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, idemina.irk@mail.ru

Abstract. The article summarizes the results of a large study of the topics and issues of scientific publications of mass communication, journalism, and media. According to the methodology developed by the author, thematic groups of keywords extracted from the texts of three scientific journals are identified and investigated — “Theoretical and Practical Issues of Journalism”, “Mediascope” and “Communication Studies (Russia)”. A table has been constructed showing the research results for each of the analyzed journals and the totals for five journals, including those listed and two more: “Tomsk State University Journal of Philology” and “Bulletin of the Moscow University. Series 10. Journalism”. The graphs in the article reflect the structure of keywords by thematic groups, ranking by the number and proportion of keywords used by the authors in the overall structure and structure of each journal. Based on the results of the study, conclusions were drawn and a scientific discussion was proposed. Some of the conclusions: the thematic groups “General Theoretical Issues of Journalism and Media Theory”, “Artificial Intelligence”, “Online Media, Internet Media”, “Interdisciplinary Research” and “Advertising and PR” were in the first places. The following themes have practically disappeared from the researchers' field of attention: “Traditional Media (Periodicals)”, “Visual Media. Photojournalism. Design”, and “Journalism Genres”. The topic of values and the axiology of journalism needs more attention from researchers. There were no keywords in scientific articles that could be organized into separate thematic groups related to information warfare, the work of war correspondents, propaganda and counter-propaganda, and the understanding of journalistic activities in the context of a special military operation. The study of the problem needs further monitoring of keywords in order to actualize subsequent scientific research in the scientific field “Mass Communication. Journalism. Mass Media”.

Keywords. Journalism and media research topics, communication studies, keywords of scientific publications, scientific journals covering the topics “Mass Communication. Journalism. Mass Media”.

Article info. Received April 8, 2026; revised April 22, 2026; accepted April 22, 2026; available online June 9, 2026.

For Citation. Demina I.N. Media Research Topics: Results of the Analysis of the Corpus of Publications' Keywords in Russian Scientific Journals. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2026, vol. 15, no. 2, pp. 189–212. (In Russian). EDN: IPUALN. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(2).189-212.

Введение

Исследование начато в [1]. В предыдущей статье рассматривались следующие журналы тематической группы «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации»: «Вестник Томского государственного университета. Филология» и «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика». Уже были сделаны некоторые выводы о тематике публикаций в указанных журналах. Данная статья продолжает исследование. Ее целью является обзор тематики журналов «Вопросы теории и практики журналистики», «Медиаскоп» и «Коммуникативные исследования». В статье подведен итог всего исследования тематики заявленных научных журналов тематической группы «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». Результаты, показанные в статье, помогают выявить актуальные направления будущих исследований медиа и журналистики. Кроме того, сравнительный анализ журналов может помочь авторам выбрать из перечня журналов именно тот, который более заинтересован в теме и проблеме потенциальной публикации.

Методология исследования

В научной электронной библиотеке eLibrary в тематической группе «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» насчитывается 45 русскоязычных научных журналов, из которых 24 включены в Перечень ВАК¹. По нескольким критериям, главным из которых является место того или иного журнала в Science Index Российского индекса научного цитирования, были выбраны пять журналов: «Вестник Томского государственного университета. Филология», «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика», «Вопросы теории

и практики журналистики», «Медиаскоп» и «Коммуникативные исследования».

В целях изучения тематики перечисленных журналов из всего корпуса статей, опубликованных во всех пяти журналах и доступных на момент анализа (январь 2026 г.), были извлечены все ключевые слова, затем эти ключевые слова были объединены в определенные тематические группы. Обозначения (названия) тех или иных тематических групп ключевых слов аналогичны для всех исследуемых журналов, хотя перечни этих групп не всегда совпадают по причине специфики журналов.

В таблицах, представленных в статье далее, отображены результаты обработки массива данных (ключевых слов), приведенных к статьям в журналах «Вопросы теории и практики журналистики», «Медиаскоп» и «Коммуникативные исследования» и объединенных в тематические группы. Затем сделаны общие выводы по всему корпусу ключевых слов исследуемых журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации». Все данные, расположенные в статье, находятся в открытом доступе в научной электронной библиотеке eLibrary, а также на сайтах соответствующих журналов.

Результаты исследования

Приведем промежуточные результаты исследования тематики научных журналов «Вопросы теории и практики журналистики», «Медиаскоп» и «Коммуникативные исследования».

Журнал «Вопросы теории и практики журналистики»

Учредитель журнала — Байкальский государственный университет (Иркутск). Научное сериальное издание, распространяемое в печатном и электронном виде, все выпуски в открытом доступе. Специальности ВАК — 050909. Медиакоммуникации и журналистика. Рубрика ГРНТИ:

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

190000 — Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации. Основные разделы журнала: «Теория журналистики», «Журналистская практика», «История журналистики», «Журналистское образование», «Информационное пространство», «Медиа среда», «Творчество молодых исследователей».

Целью (миссией) журнала является объединение усилий научно-образовательной и журналистской общественности Российской Федерации и зарубежных стран в исследованиях массмедиа и журналистской деятельности.

Число выпусков в год — четыре².

На момент проведения исследования в открытом доступе находились все четыре номера за 2025 г. В этих номерах опубликовано 44 статьи. Для анализа из корпуса этих статей извлечены все ключевые слова. В соответствии с выбранной методикой они были распределены по тем же группам, которые были определены для ключевых слов к статьям исследованных ранее журналов [1]. Результаты анализа представлены в табл. 1.

² URL: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=38105 (дата обращения 05.02.2026).

Таблица 1 / Table 1

**Результаты анализа тематики журнала
«Вопросы теории и практики журналистики» (2025)
The Results of the Analysis of the Subject of the Journal
“Theoretical and Practical Issues of Journalism” (2025)**

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Keywords' Thematic Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
1	Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media	47	17,9
2	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media	27	10,3
3	Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research	25	9,5
4	Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media	24	9,2
5	Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism	20	7,6
6	Ценности / Values	20	7,6
7	Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences	19	7,3
8	Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption	14	5,3
9	Реклама и пиар / Advertising and PR	13	5,0
10	История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media	11	4,2
11	Журналистская практика / Journalistic Practice	9	3,4
12	Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)	9	3,4
13	Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts	8	3,1

Окончание табл. 1 / The End of the Table 1

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Keywords' Thematic Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
14	Искусственный интеллект / Artificial Intelligence	7	2,7
15	Медиаменеджмент / Media Management	3	1,1
16	Жанры журналистики / Journalism Genres	2	0,8
17	Медиаобразование / Media Education	2	0,8
18	Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design	2	0,8
<i>Всего / Total</i>		262	100

Более наглядно структура тематических групп корпуса ключевых слов к статьям журнала «Вопросы теории и практики журналистики» представлена на рис. 1.

Данные табл. 1 и рис. 1 свидетельствуют о том, что среди тематических групп ключевых слов к статьям журнала «Вопросы теории и практики журналистики» наибольший удельный вес занимают публикации тематики «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ» — 17,9 % (например, [2–4]). На втором месте «Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ» — 10,3 % (например, [5–7]). На третьем и четвертом местах «Междисциплинарные исследования» (к примеру, [8]) и «Сетевые СМИ, интернет-СМИ» (например, [9; 10]), соответственно 9,5 и 9,2 %. Пятерку замыкает тематическая группа «Региональные исследования в журналистике» — 7,6 % (пример — [11; 12]). По сумме ключевые слова перечисленных групп составляют чуть больше половины ключевых слов всей структуры тематических групп журнала «Вопросы теории и практики журналистики».

Журнал «Медиаскоп»

Учредителем журнала является Региональная общественная организация «Общество выпускников факультета журналистики Московского государ-

ственного университета имени М.В. Ломоносова». В редакцию включены Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова и Санкт-Петербургский государственный университет. Издательство: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Москва).

В качестве редакционной политики заявлено: «Электронный научный журнал «Медиаскоп» ставит перед собой исследовательские и информационно-просветительские задачи. Основой контента стали научные статьи профессоров и преподавателей, научных сотрудников и аспирантов факультетов и институтов журналистики Российской Федерации.

Журнал ориентирован на несколько целевых групп:

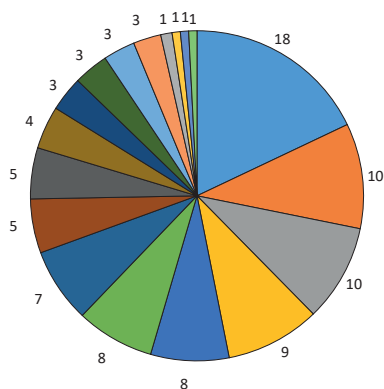
- преподаватели факультетов и институтов журналистики Российской Федерации;

- российские и зарубежные исследователи СМИ;

- аналитики СМИ, журналисты, пишущие на темы СМИ;

- политологи, социологи, экономисты, междисциплинарные специалисты, изучающие вопросы функционирования СМИ в обществе;

- зарубежные аналитики широкого спектра социально-политического и гуманитарного профиля.



- 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
- Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research
- Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
- Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
- Ценности / Values
- Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
- Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
- Реклама и пиар / Advertising and PR
- История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media
- Журналистская практика / Journalistic Practice
- 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
- Искусственный интеллект / Artificial Intelligence
- Медиаменеджмент / Media Management
- Жанры журналистики / Journalism Genres
- Медиаобразование / Media Education
- Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design

Рис. 1. Структура тематических групп ключевых слов журнала «Вопросы теории и практики журналистики»

Fig. 1. The Structure of the Keywords' Thematic Groups of the Journal "Theoretical and Practical Issues of Journalism"

Итоговая цель журнала — способствовать обмену научной, учебно-методической информацией между факультетами и институтами журналистики Российской Федерации»³.

На момент написания статьи в открытом доступе находились три выпуска журнала за 2025 г. с 15 статьями. Для анализа из корпуса этих статей извлечены все ключевые слова, которые, в соответствии с выбранной методикой, были распределены по тем же группам, которые были определены для предыдущих журналов. Результаты анализа представлены в табл. 2.

Наглядную картину структуры тематических групп ключевых слов к текстам журнала «Медиаскоп» представляет рис. 2.

Самый значительный удельный вес в структуре тематических групп занимает группа «Сетевые СМИ, интернет-СМИ» —

³ URL: https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=28147.

более четверти (26,0 %). Примерами публикаций, в которых используются отнесенные к этой группе ключевые слова, являются, например, [13–15]. Вполовину меньше (12,3 %) статей с ключевыми словами из тематической группы «Междисциплинарные исследования» (к примеру, [16; 17]). По 11,0 % в структуре тематических групп занимают «Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ» [18] и «История журналистики и СМИ». Вместе эти группы составляют 60,3 %.

Журнал «Коммуникативные исследования»

Учредителем, редакцией и издательством журнала является Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (Омск). Число выпусков в год — четыре.

Журнал провозглашает следующую редакционную политику: «Международ-

Таблица 2 / Table 2

Результаты анализа тематики журнала «Медиаскоп» (2025)

The Results of the Analysis of the Subject of the Journal “Mediascope” (2025)

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Keywords' Thematic Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
1	Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media	19	26,0
2	Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research	9	12,3
3	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media	8	11,0
4	История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media	8	11,0
5	Медиаменеджмент / Media Management	6	8,2
6	Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences	5	6,8
7	Искусственный интеллект / Artificial Intelligence	5	6,8
8	Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption	4	5,5
9	Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)	3	4,1

Окончание табл. 2 / The End of the Table 2

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Keywords' Thematic Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
10	Медиаобразование / Media Education	3	4,1
11	Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media	3	4,1
12	Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism	2	2,7
13	Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts	1	1,4
14	Жанры журналистики / Journalism Genres	1	1,4
<i>Всего / Total</i>		73	100

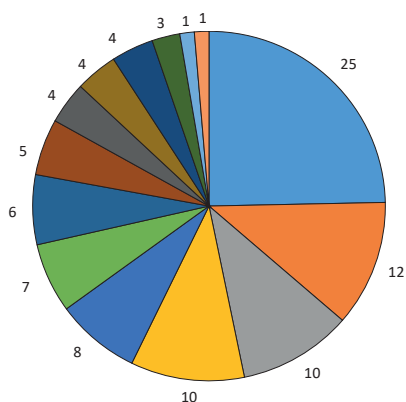
ный научный журнал «Коммуникативные исследования» — периодическое рецензируемое издание, в котором публикуются оригинальные научные статьи по актуальным вопросам коммуникативистики, а также рецензии, обзоры, хроника... Целью деятельности журнала «Коммуникативные исследования» является создание научно-информационной среды, распространение актуальной информации о научных исследованиях, посвященных специфике и эффективности коммуникативных практик в разных сферах речевого общения, научный обмен между российскими и зарубежными лингвистами, литературоведами, а также специалистами смежных областей. Приоритетными направлениями журнала являются вопросы теории коммуникации, современные дискурсивные практики, актуальные направления в исследовании художественного текста, вопросы коммуникативной дидактики... На сайте журнала предоставляется свободный доступ к полным текстам статей»⁴.

Как видим (повторим), цель журнала — «научный обмен между российскими и зарубежными лингвистами, ли-

тературоведами, а также специалистами смежных областей», а приоритетными направлениями являются «вопросы теории коммуникации, современные дискурсивные практики, актуальные направления в исследовании художественного текста, вопросы коммуникативной дидактики», т.е. вопросы теории и практики журналистики здесь не обозначены. Однако журнал зарегистрирован в eLibrary как представитель тематической группы «Массовая информация. Журналистика. Средства массовой информации». Тем любопытнее сделать обзор тематики журнала по ключевым словам, извлеченным из опубликованных в нем текстов.

Разделы в журнале не определены для всех номеров, а разнятся из номера в номер. Так, в 2025 г. среди разделов присутствовали: «Теория коммуникации», «Современные дискурсивные практики», «Коммуникативные исследования в сфере рекламы», «Коммуникативные аспекты в исследованиях художественного текста», «Медиатизация медицинского дискурса», «Коммуникативные исследования в сфере медиа», «Коммуникативные аспекты в изучении художественного и исторического текста», «Коммуникативная дидактика» и т.д.

⁴ URL: https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=53739.



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

Рис. 2. Структура тематических групп ключевых слов журнала «Медиаскоп»
Fig. 2. The Structure of the Keywords' Thematic Groups of the Journal "Mediascope"

Анализ ключевых слов журнала «Коммуникативные исследования» вызвал наибольшие трудности по сравнению с исследованием тематики остальных журналов: во-первых, наблюдается очень большое количество ключевых

слов, во-вторых, лингвистическая направленность журнала затрудняет отнесение тех или иных слов к определенным группам. Именно поэтому в результате анализа ключевых слов публикаций журнала появилась группа «Специфическая линг-

вистическая терминология» (примеры ключевых слов: лингвокультура, семантические микрополя, артифициатив, преподаватель русского языка как иностранного, терминойд, комическое и др.).

Всего за 2025 г. в журнале было опубликовано 57 статей с 256 ключевыми словами.

Результаты анализа корпуса ключевых слов к статьям журнала «Коммуни-

кативные исследования» представлены в табл. 3.

Данные таблицы наглядно иллюстрирует рис. 3.

Практически половину ключевых слов публикаций журнала «Коммуникативные исследования» (в сумме 49,7 %) составляют ключевые слова из тематических групп «Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики» — 17,6 % (на-

Таблица 3 / Table 3

Результаты анализа тематики журнала «Коммуникативные исследования» (2025)

**The Results of the Analysis of the Subject of the Journal
“Communication Studies (Russia)” (2025)**

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Keywords' Thematic Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
1	Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики / Discourse. Media Discourse. Discursive Practices	45	17,6
2	Реклама и пиар / Advertising and PR	45	17,6
3	Специфическая лингвистическая терминология / Specific Linguistic Terminology	37	14,5
4	Искусственный интеллект / Artificial Intelligence	36	14,1
5	Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Сти- листика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts	28	10,9
6	Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media	19	7,4
7	Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media	10	3,9
8	Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research	10	3,9
9	Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences	5	1,9
10	Ценности / Values	5	1,9
11	Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)	4	1,6
12		3	1,2
13	Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism	2	0,8
14	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media	2	0,8
15	Жанры журналистики / Journalism Genres	2	0,8

Окончание табл. 3 / The End of the Table 3

№ п/п / No.	Тематические группы ключевых слов / Keywords' Thematic Groups	Количество слов / Number of Words	
		Единиц / Number	%
16	Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)	1	0,4
17	Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption	1	0,4
18	Медиаобразование / Media Education	1	0,4
<i>Всего / Total</i>		256	100

пример, [19; 20]), «Реклама и пиар» — 17,6 % [21; 22], «Специфическая лингвистическая терминология» — 14,5 % [23].

Заключительные итоги исследования

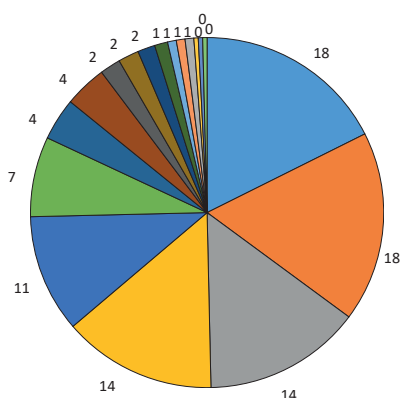
В табл. 4 демонстрируются данные, иллюстрирующие количество ключевых слов по тематическим группам по каждому из журналов, а также суммарные их величины для всех журналов. Обилие данных таблицы может вызвать затруднение, чтобы по ним сделать выводы, поэтому представленные в таблице значения послужили для их визуализации в трех рисунках (рис. 4–6).

На рис. 4 демонстрируется структура всех ключевых слов публикаций исследованных журналов по тематическим группам. Видно, что распределение тематических групп относительно равномерно: максимальный удельный вес принадлежит группе «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ» — всего 87 раз (10,90 %) слова этой группы использовались в научных текстах. С очень небольшим отрывом идет тематическая группа «Искусственный интеллект» (ключевые слова из которой использовались 73 раза, или 9,15 %), «Реклама и пиар» (69 раз, 8,65 %) и «Сетевые СМИ, интернет-СМИ» (65 раз, 8,15 %). Замыкает пятерку лидеров тематическая группа «Междисциплинарные исследования» (ключевые

слова использовались в публикациях 61 раз и занимают 7,64 % в структуре тематических групп).

Не описывая использование тематических групп ключевых слов, обратим внимание только на группы с минимальным их использованием в современных научных текстах. Пятерка аутсайдеров тематических групп ключевых слов по использованию в современном научном дискурсе — «Журналистская практика» (использовались 15 раз, или 1,88 %), «Жанры журналистики» (13 раз, или 1,63 %), «Медиаобразование» (8 раз, или 1,00 %), «Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн» (7 раз, или 0,88 %), с которой делит последнее место группа «Традиционные СМИ (периодика)» (7 раз, или 0,87 %).

Эмпирический материал статьи подтверждает, что общетеоретические и междисциплинарные вопросы теории журналистики и СМИ находятся и, видимо, и в дальнейшем будут находиться в центре научных исследований журналистики и медиа. Некоторое недоумение может вызвать широкое использование тематики «Реклама и пиар» в журналах, посвященных в основном журналистике. Ответ кроется в преимущественном использовании ключевых слов этой тематической группы в журнале «Коммуникативные исследования», который главным образом занимается лингвисти-



- Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики / Discourse. Media Discourse. Discursive Practices
- Реклама и пиар / Advertising and PR
- Специфическая лингвистическая терминология / Specific Linguistic Terminology
- Искусственный интеллект / Artificial Intelligence
- Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts
- Обще­теоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media
- Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
- Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research
- Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
- Ценности / Values
- Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)
- Имена / Persons
- Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
- Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
- Жанры журналистики / Journalism Genres
- Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)
- Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
- Медиаобразование / Media Education

Рис. 3. Структура тематических групп ключевых слов журнала «Коммуникативные исследования»

Fig. 3. The Structure of the Keywords' Thematic Groups of the Journal "Communication Studies (Russia)"

Таблица 4 / Table 4
Ранжирование тематических групп по суммарному количеству использованных в статьях ключевых слов
Ranking of Thematic Groups by the Total Number of Keywords Used in Articles

№ п/п	Тематические группы ключевых слов / Thematic Groups of Keywords	Количество использованных в статьях ключевых слов по журналам / The Number of Keywords Used in Articles by Journal											
		Вестник Томского государственного университета. Филология / Tomsk State University Journal of Philology		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика / Bulletin of the Moscow University. Series 10. Journalism		Вопросы теории и практики журналистики / Theoretical and Practical Issues of Journalism		Медиааскоп / Mediascope		Коммуникативные исследования / Communication Studies (Russia)		Итого / Total	
		Единиц / Number	%	Единиц / Number	%	Единиц / Number	%	Единиц / Number	%	Единиц / Number	%	Единиц / Number	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media	4	6,8	14	9,5	47	17,9	3	3,9	19	7,4	87	10,90
2	Искусственный интеллект / Artificial Intelligence	–	–	25	16,9	7	2,7	5	6,5	36	14,1	73	9,15
3	Реклама и пиар / Advertising and PR	–	–	11	7,4	13	5,0	–	–	45	17,6	69	8,65
4	Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media	3	5,1	9	6,1	24	9,2	19	24,7	10	3,9	65	8,15

Окончание табл. 3 / The End of the Table 3

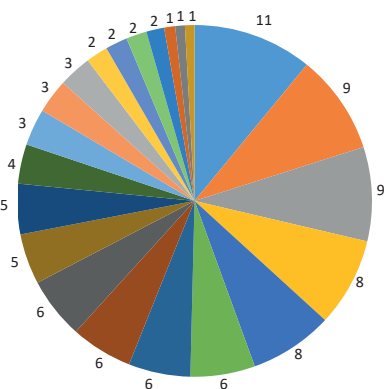
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
5	Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research	1	1,7	16	10,8	25	9,5	9	11,7	10	3,9	61	7,64
6	Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts	8	13,6	2	1,4	8	3,1	1	1,3	28	10,9	47	5,89
7	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media	4	6,7	4	2,7	27	10,3	8	10,4	2	0,8	45	5,64
8	Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики / Discourse. Media Discourse. Discursive Practices	–	–	–	–	–	–	–	–	45	17,6	45	5,64
9	Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences	3	5,1	13	8,8	19	7,3	5	6,5	5	1,9	45	5,64

Окончание табл. 3 / The End of the Table 3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
10	Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism	6	10,2	7	4,7	20	7,6	2	2,6	2	0,8	37	4,64
11	Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media	–	–	–	–	–	–	–	–	37	14,4	37	4,63
12	Аудитория СМИ. Медиопотребление / Media Audience. Media Consumption	4	6,8	6	4,1	14	5,3	4	5,2	1	0,4	29	3,63
13	История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media	8	13,5	–	–	11	4,2	8	10,4	–	–	27	3,38
14	Ценности, аксиология / Values, Axiology	–	–	–	–	20	7,6	–	–	5	1,9	25	3,13
15	Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)	8	13,5	–	–	9	3,4	3	3,9	4	1,6	24	3,01
16	Имена / Persons	5	8,5	8	5,3	–	–	–	–	3	1,2	16	2,01
17	Медиаменеджмент / Media Management	–	–	6	4,1	3	1,1	6	7,8	1	0,4	16	2,01

Окончание табл. 3 / The End of the Table 3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
18	Журналистская практика / Journalistic Practice	–	–	6	4,1	9	3,4	–	–	–	–	15	1,88
19	Жанры журналистики / Journalism Genres	2	3,4	6	4,1	2	0,8	1	1,3	2	0,8	13	1,63
20	Медиаобразование / Media Education	–	–	3	2,0	2	0,8	3	3,8	–	–	8	1,00
21	Изобразительные средства. Фото-журналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design	–	–	5	3,4	2	0,8	–	–	–	–	7	0,88
22	Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)	3	5,1	3	2,0	–	–	–	–	1	0,4	7	0,87
<i>Всего / Total</i>		59	100	144	100	262	100	77	100	256	100	798	100



- Обще­теоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media
- Искусственный интеллект / Artificial Intelligence
- Реклама и пиар / Advertising and PR
- Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
- Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research
- Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts
- Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
- Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики / Discourse. Media Discourse. Discursive Practices
- Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
- Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
- Специфическая лингвистическая терминология / Specific Linguistic Terminology
- Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
- История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media
- Ценности / Values
- Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)
- Имена / Persons
- Медиаменеджмент / Media Management
- Журналистская практика / Journalistic Practice
- Жанры журналистики / Journalism Genres
- Медиаобразование / Media Education
- Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design
- Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)

Рис. 4. Структура тематических групп ключевых слов научных публикаций по пяти журналам
Fig. 4. The Structure of Keywords' Thematic Groups of Scientific Publications in Five Journals

ческими изысканиями в медиа. Вполне закономерно, что в последние годы (а именно в 2025 г.) на пике исследований искусственный интеллект и сетевые и интернет-СМИ, которые вытесняют из поля исследований традиционные СМИ, журналистские жанры, изобразительные средства. Отметим, что, к сожалению, проблематика журналистского образования также в настоящее время не слишком популярна. Можно предположить, что это связано с длительным ожиданием новых образовательных стандартов.

На рис. 5 представлено ранжирование числа ключевых слов по тематическим группам, что позволяет сравнить их использование в исследуемых журналах. Так, ключевые слова группы «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ» (первое место по суммарному использованию) чаще всего употреблялись в журнале «Вопросы теории и практики журналистики», а «Реклама и пиар» — в журнале «Коммуникативные исследования». Ключевые слова двух тематических групп — «Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики» и «Специфическая лингвистическая терминология» — и вовсе составляют предмет и объект исследований исключительно журнала «Коммуникативные исследования», что позволяет сделать вывод о преимущественной лингвистической тематике названного журнала. Подобные выводы можно сделать и по другим тематическим группам в разрезе каждого из журналов.

График на рис. 6 построен по тому же принципу, но ранжирование употребления ключевых слов тех или иных тематических групп произведено не по количеству, а по их удельному весу в структуре ключевых слов по всем журналам и по каждому журналу отдельно. На графике видно, в каких журналах удельный вес той или иной группы ключевых слов выше или ниже средней величины. Например, удельный вес ключевых слов

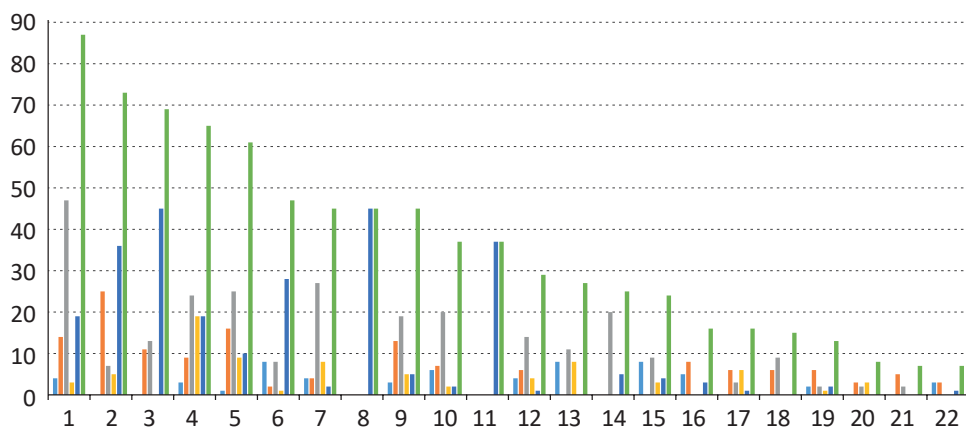
тематической группы «Сетевые СМИ, интернет-СМИ» в общем числе используемых ключевых слов в журнале «Медиааскоп» (24,7 %) значительно выше, чем в среднем по всем журналам (8,15 %). Ключевые слова тематической группы «Искусственный интеллект» занимают гораздо большее место в структуре журнала «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» — 16,9 %, нежели во всех журналах — 9,15 %. Также показательны данные по всем тематическим группам и журналам. Объем статьи не позволяет прокомментировать все эти данные, но это может сделать каждый читатель.

Заключение и приглашение к дискуссии

Актуальность исследования определяется тем, что действующие и потенциальные авторы могут воспользоваться его результатами при осмыслении тематики и проблематики будущих исследований журналистики и медиа.

В статье применена авторская методика, позволяющая выявить актуальную тематику исследований журналистики и медиа. Автор извлек все ключевые слова из всех доступных на январь 2026 г. номеров пяти журналов тематической группы РИНЦ «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» по данным за 2025 г. Эти слова были объединены в тематические группы. При этом автор полагал, что ключевые слова научных публикаций отражают как объект, так и предмет исследований. Сами тематические группы и отнесение тех или иных ключевых слов к соответствующей группе уже могут составлять предмет дискуссии. Другие исследователи могут не согласиться как с набором тематических групп, так и с включением некоторых слов в соответствующие группы.

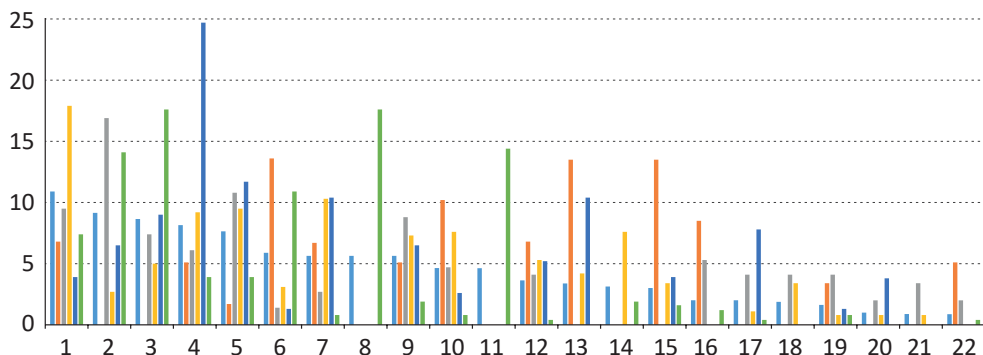
В статье подробно рассмотрены причины включения в объект исследования указанных пяти журналов. Возможно, ис-



1. Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media
2. Искусственный интеллект / Artificial Intelligence
3. Реклама и пиар / Advertising and PR
4. Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
5. Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research
6. Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts
7. Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
8. Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики / Discourse. Media Discourse. Discursive Practices
9. Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
10. Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
11. Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
12. Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
13. История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media
14. Ценности, аксиология / Values, Axiology
15. Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)
16. Имена / Persons
17. Медиаменеджмент / Media Management
18. Журналистская практика / Journalistic Practice
19. Жанры журналистики / Journalism Genres
20. Медиаобразование / Media Education
21. Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design
22. Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)

Рис. 5. Количество ключевых слов по группам всего и по отдельным журналам

Fig. 5. Number of Keywords by Total Groups and by Individual Journals



1. Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ / General Theoretical Issues in the Theory of Journalism and Media
2. Искусственный интеллект / Artificial Intelligence
3. Реклама и пиар / Advertising and PR
4. Сетевые СМИ, интернет-СМИ / Online Media, Internet Media
5. Междисциплинарные исследования / Interdisciplinary Research
6. Лингвистика в исследованиях журналистики и медиа. Стилистика. Журналистские тексты / Linguistics in Journalism and Media Studies. Stylistics. Journalistic Texts
7. Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
8. Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики / Discourse. Media Discourse. Discursive Practices
9. Цифровизация медиа и ее последствия / Media Digitalization and Its Consequences
10. Региональные исследования в журналистике / Regional Studies in Journalism
11. Специфические вопросы теории и практики журналистики и СМИ / Specific Issues in the Theory and Practice of Journalism and Media
12. Аудитория СМИ. Медиапотребление / Media Audience. Media Consumption
13. История журналистики и СМИ / History of Journalism and Media
14. Ценности, аксиология / Values, Axiology
15. Традиционные СМИ (телевидение и радио) / Traditional Media (Television and Radio)
16. Имена / Persons
17. Медиаменеджмент / Media Management
18. Журналистская практика / Journalistic Practice
19. Жанры журналистики / Journalism Genres
20. Медиаобразование / Media Education
21. Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн / Visual Media. Photojournalism. Design
22. Традиционные СМИ (периодика) / Traditional Media (Periodicals)

Рис. 6. Структура ключевых слов тематических групп в среднем и по журналам

Fig 6. The Structure of Thematic Groups' Keywords on Average and by Journals

следование нуждается в расширении за счет других журналов. Критерии включения журналов в этот список также могут быть иными.

Вполне ожидаемо, что по количеству и доле в структуре указанных авторами в статьях ключевых слов на первых местах оказались тематические группы «Общетеоретические вопросы теории журналистики и СМИ», «Искусственный интеллект», «Сетевые СМИ, интернет-СМИ» и «Междисциплинарные исследования». Недоумение может вызвать высокий удельный вес тематической группы «Реклама и пиар», но при ближайшем рассмотрении оказывается, что это достигнуто за счет тематики исключительно журнала «Коммуникативные исследования».

Результаты исследования показали, что из поля внимания ученых практически исчезла тематика «Традиционные СМИ (периодика)», «Изобразительные средства. Фотожурналистика. Дизайн», «Жанры журналистики», равно как и «Медиаобразование».

Журнал «Коммуникативные исследования» занимает особое место в перечне журналов тематики «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации»: именно он (а иногда он единственный) дает максимально высокие данные по ключевым словам тематических групп «Дискурс. Медиадискурс. Дискурсивные практики», «Специфиче-

ская лингвистическая терминология», из чего можно сделать вывод о принадлежности журнала не столько к тематической группе РИНЦ «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации», сколько к группе «Языкознание».

Некоторые тематические группы ключевых слов занимают не слишком высокое место в структуре исследований журналистики и СМИ, хотя, на наш взгляд, темы и проблемы заслуживают более пристального внимания исследователей. Наглядный пример — тематическая группа «Ценности, аксиология» занимает только 14-е место с удельным весом 3,13 %. Ключевые слова этой тематической группы были включены в публикации всего 25 раз.

К актуальной тематике и проблематике можно отнести информационные войны, работу военных корреспондентов, пропаганду и контрпропаганду, осмысление журналистской деятельности в условиях специальной военной операции. К сожалению, ключевых слов, которые можно было организовать в отдельные тематические группы, в публикациях исследуемых журналов не оказалось.

Исследование проблематики нуждается в дальнейшем мониторинге для актуализации дальнейших научных изысканий в научной отрасли «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации».

Список использованной литературы

1. 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
2. Быков И.А. Метамодернизм в координатах политической коммуникации / И.А. Быков, И.А. Гладченко, М.Ю. Матвеев. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(4).599-612. — EDN ORPVTX // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 4. — С. 599–612.
3. Нескрябина О.Ф. Теория поколений в науке и в медиа: проблема конвергенции дискурсов / О.Ф. Нескрябина, Д.А. Устюжанина. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).221-235. — EDN EOFJCS // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 2. — С. 221–235.
4. Зорин К.А. Медиа в локальных коммуникативных пространствах: «консерваторы системы», «хаотизаторы» и «гармонизаторы» / К.А. Зорин. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(2).335-353. — EDN BIDQQR // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 2. — С. 335–353.

5. Свитич Л.Г. Методика клип-контент-анализа в исследовании ценностных дихотомий российского телеконтента / Л.Г. Свитич. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).425-446. — EDN DBIVXF // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 3. — С. 425–446.

6. Гладкова А.А. Цифровое неравенство в Эфиопии: актуальное состояние, тенденции и перспективы развития / А.А. Гладкова, М.В. Захарова, Е.Б. Киселева. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).504-523. — EDN VXOMZN // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 3. — С. 504–523.

7. Чумиков А.Н. Нарративы прошлого и настоящего в формировании памятной реальности о России в медиапространстве Германии / А.Н. Чумиков. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).558-574. — EDN WJHSDS // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 3. — С. 558–574.

8. Чжан Лучжоу. Продвижение правильного восприятия истории Второй мировой войны и защита международного порядка: логика и путь / Чжан Лучжоу. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(1).34-45. — EDN GMLEVR // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 1. — С. 34–45.

9. Фарукшин Р.А. Тематико-форматное своеобразие визуализации данных и инфографики в интернет-СМИ Казани и Нижнего Новгорода / Р.А. Фарукшин, Р.П. Баканов. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(4).613-631. — EDN ENQWOS // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 4. — С. 613–631.

10. Великая Н.М. Сетевая коммуникация губернаторского корпуса в условиях цифровизации: оценка эффективности / Н.М. Великая, О.В. Гребняк, А.Ю. Станевич. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(4).667-684. — EDN QSMOWH // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 4. — С. 667–684.

11. Демина И.Н. Функционирование русскоязычных медиа в странах Центральной Азии: опыт исследования / И.Н. Демина. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(4).685-707. — EDN MGKCSI // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 4. — С. 685–707.

12. Дементьева К.В. Медиаобраз российского Дальнего Востока в федеральных сетевых изданиях / К.В. Дементьева, Р.Р. Газизов. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(3).470-487. — EDN FNWQJN // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 3. — С. 470–487.

13. Василенко И.А. Особенности государственной коммуникации в социальных медиа органов региональной власти и местного самоуправления Алтайского края / И.А. Василенко. — EDN PJHJYK // Медиаскоп. — 2025. — № 2. — С. 2.

14. Бабына Д.А. Представления об аудитории российских онлайн-кинотеатров / Д.А. Бабына. — EDN ICWONK // Медиаскоп. — 2025. — № 2. — С. 3.

15. Тыщечкая А.Ю. Динамика развития «Яндекса» как цифровой экосистемы / А.Ю. Тыщечкая. — EDN EAVIUR // Медиаскоп. — 2025. — № 1. — С. 1.

16. Смирнов С.С. Проблема сопряжения российских классификаторов труда и образования в сфере медиа и массовых коммуникаций / С.С. Смирнов // Медиаскоп. — 2025. — Вып. 3. — URL: <https://www.mediascope.ru/2919>.

17. Колесникова К.Д. Повышение престижа профессии учителя как задача государственной (культурной, образовательной) политики / К.Д. Колесникова // Медиаскоп. — 2025. — Вып. 3. — URL: <https://www.mediascope.ru/2921>.

18. Насонова Ю.В. Разнообразие интерактивных программ московского FM-диапазона / Ю.В. Насонова, Л.А. Круглова // Медиаскоп. — 2025. — Вып. 3. — URL: <https://www.mediascope.ru/2920>.

19. Радионцева Е.С. Медиаэстетика: осмысление понятия в научном дискурсе / Е.С. Радионцева. — DOI 10.24147/2413-6182.2025.12(3).508-520. — EDN GHLWNG // Коммуникативные исследования. — 2025. — Т. 12, № 3. — С. 508–520.

20. Климкова Н.А. Дискурсивная практика комментария к новости российских и немецких пользователей Интернета / Н.А. Климкова. — DOI 10.24147/2413-6182.2025.12(3).562-577. — EDN PCXIUK // Коммуникативные исследования. — 2025. — Т. 12, № 3. — С. 562–577.

21. Зайнулин Р.Ш. Формирование русскоязычного рекламного дискурса в печатных СМИ Киргизии в период перестройки (по материалам газеты «Вечерний Фрунзе» 1985 г.) / Р.Ш. Зайнулин. — DOI 10.24147/2413-6182.2025.12(3).649-662. — EDN ERJVWV // Коммуникативные исследования. — 2025. — Т. 12, № 3. — С. 649–662.

22. Хрипля Т.С. Дискурсивная практика китайской фармацевтической рекламы / Т.С. Хрипля. — DOI 10.24147/2413-6182.2025.12(2).453-466. — EDN LCRGCT // Коммуникативные исследования. — 2025. — Т. 12, № 2. — С. 453–466.

23. Дементьев В.В. Анекдоты-вопросы: тематическая, прагматическая, речежанровая структура / В.В. Дементьев. — DOI 10.24147/2413-6182.2025.12(1).54-72. — EDN NRCBHD // Коммуникативные исследования. — 2025. — Т. 12, № 1. — С. 54–72.

References

1. 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: MMO-FRT. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(1).5-23.

2. Bykov I.A., Gladchenko I.A., Matveev M.Yu. Metamodernism in the Coordinates of Political Communication. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 4, pp. 599–612. (In Russian). EDN: ORPVTX. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(4).599-612.

3. Neskryabina O.F., Ustiuzhanina D.A. Generational Theory in Academic Research and Media: The Problem of Discourse Convergence. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 2, pp. 221–235. (In Russian). EDN: EOFJCS. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(2).221-235.

4. Zorin K.A. Media in Local Communicative Spaces: ‘System Conservatives’, ‘Chaotisers’ and ‘Harmonisers’. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 2, pp. 335–353. (In Russian). EDN: BIDQQR. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(2).335-353.

5. Svitich L.G. Methodology of Clip-Content Analysis in the Study of Value Dichotomies of Russian TV Content. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 3, pp. 425–446. (In Russian). EDN: DBIVXF. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(3).425-446.

6. Gladkova A.A., Zakharova M.V., Kiseleva E.B. Digital Divide in Ethiopia: Current State, Trends and Perspectives for Development. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 3, pp. 504–523. (In Russian). EDN: VXOMZN. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(3).504-523.

7. Chumikov A.N. Narratives of the Past and Present in Shaping the Memorable Reality about Russia in the German Media Space. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 3, pp. 558–574. (In Russian). EDN: WJHSDS. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(3).558-574.

8. Zhang L. Promoting a Correct View of World War II History and Safeguarding International Order: Logic and Path. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 1, pp. 34–45. EDN: GMLEVR. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(1).34-45.

9. Farukshin R.A., Bakanov R.P. Thematic and Format Peculiarity of Data Visualization and Infographics in Online Media of Kazan and Nizhny Novgorod. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 4, pp. 613–631. (In Russian). EDN: ENQWOS. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(4).613-631.

10. Velikaya N.M., Grebnyak O.V., Stanevich A.Yu. Governors’ Network Communication in the Context of Digitalization: Effectiveness Assessment. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 4, pp. 667–684. (In Russian). EDN: QSMOWH. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(4).667-684.

11. Demina I.N. Functioning of Russian-Language Media in Central Asian Countries: A Research Experience. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 4, pp. 685–707. (In Russian). EDN: MGKCWI. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(4).685-707.

12. Dementieva K.V., Gazizov R.R. Media Image of the Russian Far East in Federal Online Publications. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 3, pp. 470–487. (In Russian). EDN: FNWQJN. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(3).470-487.

13. Vasilenko I.A. The Specific Characteristics of Governmental Communication in Social Media Employed by the Altai Krai Regional Authorities and Local Governments. *Mediaskop = Mediascope*, 2025, no. 2, pp. 2. (In Russian). EDN: PJHJYK.

14. Babyna D.A. Perceptions of the Russian Video-On-Demand Services Audience. *Mediaskop = Mediascope*, 2025, no. 2, pp. 3. (In Russian). EDN: ICWONK.

15. Tyshetskaya A.Yu. Dynamics of Development of ‘Yandex’ as a Digital Ecosystem. *Mediaskop = Mediascope*, 2025, no. 1, pp. 1. (In Russian). EDN: EAVIJR.

16. Smirnov S.S. The Problem of Coupling Russian Classifiers of Labor and Education in the Field of Media and Mass Communications. *Mediaskop = Mediascope*, 2025, no. 3. Available at: <https://www.mediascope.ru/2919>. (In Russian).

17. Kolesnikova K.D. Raising the Prestige of the Teaching Profession as a Task of State (Cultural, Educational) Policy. *Mediaskop = Mediascope*, 2025, no. 3. Available at: <https://www.mediascope.ru/2921>. (In Russian).

18. Nasonova Yu.V., Kruglova L.A. A Variety of Interactive Programs on the Moscow FM Band. *Mediaskop = Mediascope*, 2025, no. 3. Available at: <https://www.mediascope.ru/2920>. (In Russian).

19. Radiontseva E.S. Media Aesthetics: Understanding the Concept in Scientific Discourse. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2025, vol. 12, no. 3, pp. 508–520. (In Russian). EDN: GHLWNG. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(3).508-520.


20. Klimkova N.A. Discursive Practice of Commentary on News by Russian and German Internet Users. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2025, vol. 12, no. 3, pp. 562–577. (In Russian). EDN: PCXIUK. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(3).562-577.

21. Zaynulin R.Sh. Formation of Russian-Language Advertising Discourse in the Print Media of Kyrgyzstan during Perestroika (Based on the Materials of the Newspaper “Vechernii Frunze” 1985). *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2025, vol. 12, no. 3, pp. 649–662. (In Russian). EDN: ERJVVW. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(3).649-662.


22. Khriplia T.S. Discursive Practice of Chinese Medicine Advertising. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2025, vol. 12, no. 2, pp. 453–466. (In Russian). EDN: LCRGCT. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(2).453-466.

23. Demytyev V.V. Anecdotes-Questions: Thematic, Pragmatic, Speech-Genre Structure. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, 2025, vol. 12, no. 1, pp. 54–72. (In Russian). EDN: NRCBHD. DOI: 10.24147/2413-6182.2025.12(1).54-72.

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: GLR-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.