

Editorial



Современные медиаисследования в России пока еще лишены понимания своей целостности, идентичности, наполнены внутренними противоречиями. Отчасти это связано с тем, что, когда мы говорим о *media studies*, *mass-media studies* или *mass communication studies*, мы не всегда четко понимаем, о чем идет речь. Это область знаний или конкретная научная дисциплина?

В медиаисследованиях мы обнаруживаем столкновение фундаментальности и прикладного характера, анализируя практику, не всегда создаем теорию. Используя междисциплинарный подход, вычленим узкие проблемы. И зачастую наиболее глубокие суждения о состоянии СМИ дают практики индустрии, а не академические исследователи. Это подчеркивает тот факт, что наша наука еще не очень структурирована и нечетко видит свои границы.

Правда, и в мире к медиаисследованиям не сформулирован единый подход и нет общей парадигмы. У нас, медиаисследователей, нет «формулы Эйнштейна», которую признают все. Хотя большинство ученых сходятся в том, что ключевые вопросы разрабатывались академическими школами в США, в Западной Европе и важнейшие теоретические подходы были сформулированы в СССР. При этом Западная Европа предоставляет довольно широкий спектр направлений – скандинавское, британское, франкофонное, германоцентричное. И даже несколько малых стран, таких как Нидерланды, Бельгия, Швейцария и Финляндия, по мнению гуру теории массовой коммуникации Д. МакКуэйла, создали достаточно весомый вклад в научную теорию.

Сегодня российская наука о журналистике и СМИ требует обновления, модернизации и интеграции как существующих парадигм, так и тех, которые были у нас. Более того, она требует интеграции новых полей, новых реальностей, которые возникают вокруг нее. Необходим теоретический и, как следствие, образовательный прорыв, потому что наша академическая теория должна определить место, функции и роли журналистики в современном обществе и – это тоже актуальная проблема – в развивающейся, расширяющейся и экономически мощной индустрии СМИ и развлечений, в финансовый контекст которой журналистика включена. Запрос на качественную журналистику очевиден, и осмысление ее миссии и профессиональных задач – задача не только рынка, но и академической среды.

Пишите нам))

Елена Вартанова