

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В. ЛОМОНОСОВА

На правах рукописи

Ильченко Даниил Сергеевич

**Подходы российских деловых журналов
к освещению технологических инноваций**

Специальность 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2025

Диссертация подготовлена на кафедре цифровой журналистики
факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова»

Научный руководитель:

Фролова Татьяна Ивановна
доктор филологических наук, доцент

Официальные оппоненты:

Блохин Игорь Николаевич
доктор политических наук, профессор;
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»,
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»,
кафедра теории журналистики и массовых коммуникаций, профессор

Шестеркина Людмила Петровна
доктор филологических наук, доцент;
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»,
Институт медиа и социально-гуманитарных наук,
кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью, заведующий

Трофимова Галина Николаевна
доктор филологических наук, профессор;
ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы», филологический факультет,
кафедра массовых коммуникаций, профессор

Защита диссертации состоится « 26 » декабря 2025 г. в 14:00 часов
на заседании диссертационного совета МГУ.059.4 Московского
государственного университета имени М.В. Ломоносова по адресу:
125009, г. Москва, ул. Моховая, д. 9, стр. 1, ауд. 103.

E-mail: dissovet.059.4@smi.msu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в отделе диссертаций научной
библиотеки МГУ имени М.В. Ломоносова (Ломоносовский проспект, д. 27)
и на портале: <https://dissovet.msu.ru/dissertation/3715>

Автореферат разослан « __ » _____ 2025 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент

М.И. Макееenko

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Современные масштабы и скорость распространения инноваций носят беспрецедентный характер¹. В условиях кардинальной технологической трансформации экономики и социальной сферы возрастает потребность общества в достоверной информации о происходящих изменениях. По данным ВЦИОМ за 2023 г., 70% россиян интересуют новые достижения в науке и технике, что на 10 процентных пунктов больше, нежели в 2021 г.²

Одним из основных каналов информирования общества о достижениях науки и техники являются СМИ³. Выполняя свои социальные функции (коммуникационную, информационную, идеологическую, культурно-просветительскую и др.), массмедиа формируют у аудитории представление о передовых технологиях, создают предпосылки для развития инновационной культуры и инновационного типа мышления, влияют на научно-технологическую политику и инновационную систему государства⁴. Особая роль в этом процессе принадлежит деловым СМИ.

Исследователи определяют деловую журналистику как «важнейший элемент экономической инфраструктуры, отвечающий за сбор, интерпретацию и распределение информации, необходимой участникам экономических отношений»⁵. Сведения о научных разработках и новых технологиях, способных оказать влияние на развитие экономики и бизнеса, очевидно, относятся к такого рода информации. Современный рынок товаров и услуг на более чем 90% состоит из наукоемкой высокотехнологической продукции⁶, технологические инновации становятся основным фактором экономического роста, а конкурентоспособность бизнеса во многом определяется его инновационной

¹ Глазьев С.Ю. Глобальная трансформация через призму смены технологических и мирохозяйственных укладов // *AlterEconomics*. 2022. Т. 19. № 1. С. 93–115; Шваб К. Четвертая промышленная революция / пер. с англ. М.: Эксмо, 2022.

² ВЦИОМ. Наука и жизнь: мониторинг. 08.02.2023. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nauka-i-zhizn-monitoring> (дата обращения: 25.04.2025).

³ Вахрамеева З.В. СМИ, наука, общество (обзор зарубежных публикаций) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3 (29). С. 154–167; Рысакова П.И. Стратегии научной популяризации в цифровой медиасреде // *Медиалингвистика*. 2022. Т. 9. № 4. С. 309–329.

⁴ Громова Т.М. Медиадискурс в формировании инновационной политики стран Северной Европы и России: дис. ... канд. полит. наук: 5.9.9. СПб., 2022. С. 114; Дугин Е.Я. Традиции и инновации в осмыслении медиа и журналистики // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*. 2017. № 3. С. 3–17; Waldherr A. (2012) The Mass Media as Actors in Innovation Systems. In: J. Bauer, A. Lang, V. Schneider (eds). *Innovation Policy and Governance in High-Tech Industries*. Berlin; Heidelberg: Springer. Pp. 77–100.

⁵ Деловая журналистика / отв. ред. А.В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012. С. 17.

⁶ Лебедев С.А., Ковылин Ю.А. Философия научно-инновационной деятельности: моногр. М.: Академ. проект: Парадигма, 2012. С. 40.

активности⁷. Как следствие, тематика научно-технологического развития экономики и бизнеса становится важным содержательным направлением в деловых СМИ.

Целевая аудитория деловых СМИ включает в себя участников экономических отношений, в том числе предпринимателей, инвесторов, госслужащих, а также инженеров и ученых, заинтересованных во внедрении и коммерциализации своих разработок. Следовательно, целевая аудитория деловых СМИ объединяет основных субъектов национальной инновационной системы – представителей бизнеса, государства и научно-исследовательского сектора⁸. Исходя из теории установления повестки дня⁹, можно предположить, что деловые СМИ, освещаая определенные направления и проблемы научно-технологического развития экономики и бизнеса, способны определять их значимость для непосредственных участников инновационного процесса. Принимая во внимание эмпирические данные, подтверждающие роль деловых СМИ как источника информации для принятия бизнес-решений¹⁰, можно говорить о потенциальном влиянии деловых СМИ на развитие инноваций.

Таким образом, деловые СМИ способны играть важную роль в медиатизации научно-технологической сферы и развитии инновационной системы государства. Изучение специфики и качества отображения инновационных процессов в деловых массмедиа является актуальным и на сегодняшний день практически не разработанным направлением исследований. В рамках данной работы мы сфокусировались на изучении основных жанрово-тематических походов ведущих российских деловых журналов к освещению инноваций.

Степень научной разработанности темы. Для подготовки и проведения нашего исследования оказались важны выводы и концепции отечественных и зарубежных авторов, изучавших функции СМИ в инновационных процессах, научную журналистику и коммуникацию, инновационное развитие экономики, а также предметно-функциональные особенности деловых массмедиа и аналитической журналистики.

⁷ Масленников М.И. Технологические инновации и их влияние на экономику // Экономика региона. 2017. Т. 13. Вып. 4. С. 1221–1235.

⁸ Кудина М.В. Инновационная экономика: теория и практика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023. С. 200.

⁹ McCombs M., Shaw D. (1993) The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas. *Journal of Communication* 43 (2): 58–67; McCombs M., Shaw D. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176–187.

¹⁰ Терченко Э.Б. СМИ как источники информации для принятия бизнес-решений (на примере российской финансовой сферы) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2021. № 2. С. 93–112.

Исследованию роли журналистики и СМИ в инновационных системах уделяли внимание Э. Вальдхер, Т.М. Громова, Д. Нордфорсод¹¹. Авторы приходят к ценным для настоящей работы выводам о возможностях массмедиа формировать отношение общества к инновациям, содействовать коммуникации между участниками инновационного процесса, влиять на инновационную политику государства и развитие национальной инновационной системы.

Отдельные российские деловые СМИ входили в широкий перечень массмедиа, на основе которого изучался медиадискурс инноваций¹². В данных работах был зафиксирован устойчивый рост количества журналистских публикаций о передовых технологиях, в особенности о тех, которые поддерживаются правительственными программами, что свидетельствует о росте внимания редакций массмедиа к научно-технологической тематике.

Инновационная проблематика в СМИ рассматривается в работах, посвященных исследованию репрезентации отдельных технологических направлений, например, синтетической биологии¹³, технологии улавливания, использования и хранения углерода¹⁴ или в целом технологий в энергетике¹⁵. Эмпирическим объектом исследования в основном служат новостные сообщения, опубликованные в печатных и онлайн-СМИ общего интереса¹⁶, для

¹¹ Громова Т.М. Медиадискурс в формировании инновационной политики стран Северной Европы и России: дис. ... канд. полит. наук: 5.9.9. СПб., 2022; Nordfors D. (2004) The Role of Journalism in Innovation Systems. *Innovation Journalism* 1 (7): 11–12; Waldherr A. (2012) The Mass Media as Actors in Innovation Systems. In: J. Bauer, A. Lang, V. Schneider (eds). *Innovation Policy and Governance in High-Tech Industries*. Berlin; Heidelberg: Springer. Pp. 77–100.

¹² Громова Т.М. Стадии жизненного цикла инноваций в международном медиадискурсе (на примере издания «ИноСМИ») // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 1. С. 174–190; Ее же. Характеристика инноваций в международном медиадискурсе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2021. № 6. С. 116–138; Латов Ю.В., Латова Н.В. Российская технологическая инноватика в отечественных СМИ (на примере технопарков) // Мир России. 2018. Т. 27. № 4. С. 141–162; Тоганова Н.В., Тихомиров И.А., Каменская М.А., Храмоин И.В. Технологии и инновации в российских СМИ // Инновации. 2016. № 10 (216). С. 110–118.

¹³ Wang M., Du L. (2023) Media representations of synthetic biology in China. *Trends in biotechnology*. Science and Society 41 (12): 1459–1462.

¹⁴ Jiang K., Ashworth P., Zhang S., Hu G. (2022) Print media representations of carbon capture utilization and storage (CCUS) technology in China. *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 155 (7565): 111938.

¹⁵ Teräsväininen T. (2014) Representations of energy policy and technology in British and Finnish newspaper media: A comparative perspective. *Public Understanding of Science* 23 (3): 299–315.

¹⁶ Dempster G., Sutherland G., Keogh L. (2022) Scientific research in news media: a case study of misrepresentation, sensationalism and harmful recommendations. *Journal of Science Communication* 21 (01): A06; Weaver D. A., Lively E., Bimber B. (2009) Searching for a Frame: News Media Tell the Story of Technological Progress, Risk, and Regulation. *Science Communication* 31 (2): 139–166.

анализа которых используются специально разработанные программы¹⁷. Научно-технологическая повестка непосредственно деловых СМИ практически не исследуется.

К смежной тематике относятся исследования в области научной журналистики и популяризации науки в СМИ, которые в зарубежном научном дискурсе зачастую ведутся в рамках концепции медиатизации науки и различных моделей научной коммуникации¹⁸. Отечественные работы в основном ведутся в трех направлениях:

1. Изучение феномена популяризации науки в СМИ, популяризации науки как разновидности массовых коммуникаций, ее истории, современного состояния и перспектив развития (М.Е. Аникина, А.Г. Ваганов, Е.Л. Вартанова, Н.В. Дивеева и др.)¹⁹.

2. Типологические и профильные особенности научно-популярных СМИ (Е.Е. Макарова, О.М. Овчинникова, В.А. Парафонова и др.)²⁰.

¹⁷ Groves T., Figuerola C.G., Quintanilla M.A. (2016) Ten years of science news: A longitudinal analysis of scientific culture in the Spanish digital press. *Public Understanding of Science* 25 (6): 691–705.

¹⁸ Bauer M., Bucchi M. (eds) (2007) *Journalism, science and society: science communication between news and public relations*. London and New York: Routledge; Hetland P. (2014) Models in Science Communication: Formatting Public Engagement and Expertise. *Nordic Journal of Science and Technology Studies* 2 (2): 5–17; Peters H.P., Heinrichs H., Jung A., Kallfass M., Petersen I. (2008) Medialization of Science as a Prerequisite of Its Legitimization and Political Relevance. In: D. Cheng, M. Claessens, T. Gascoigne, J. Metcalfe, B. Schiele, S. Shi (eds). *Communicating Science in Social Contexts*. Dordrecht: Springer. Pp. 71–92; Rödger S., Franzen M., Weingart P. (eds) (2012) *The Sciences' Media Connection – Public Communication and its Repercussions*. *Sociology of the Sciences Yearbook*. Vol. 28. Dordrecht: Springer; Schäfer S. (2009) From Public Understanding to Public Engagement: An Empirical Assessment of Changes in Science Coverage. *Science Communication* 30 (4): 475–505; Weingart P. (1998) Science and the media. *Research Policy* 27 (8): 869–879 и др.

¹⁹ Аникина М.Е., Батурин Ю.М., Вартанова Е.Л. и др. Популяризация науки в России: стратегии медиатизации и противодействия лженауке / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ, 2015; Ваганов А.Г. Спираль жанра: от «народной науки» до развлекательного бизнеса. История и перспективы популяризации науки в России. М.: URSS: ЛЕНАНД, 2014; Дивеева Н.В. Популяризация науки как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Ростов-на-Дону, 2014; Емельянова Н.Н., Омелаенко В.В. Российская наука в медийном контексте // *Философия науки и техники*. 2015. Т. 20. № 2. С. 142–163; Медведева С.М. От научного творчества к популяризации науки: теоретическая модель научной коммуникации // *Вестник МГИМО*. 2014. № 4. С. 278–286 и др.

²⁰ Ильченко Д.С. Содержательная модель успешного научно-популярного журнала (на примере журнала «Популярная механика») // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика*. 2018. № 2. С. 26–53; Макарова Е.Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2013; Овчинникова О.М. Наука в онлайн-медиа: особенности репрезентации в итальянском сегменте Интернета: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2015; Парафонова В.А. Научно-популярные журналы в структуре современных СМИ: типологические и профильные особенности: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Тверь, 2017 и др.

3. Профессиональные обязанности научного журналиста, принципы создания и оценка качества научно-популярного контента в СМИ, изучение новостей науки (А.В. Колесниченко, Е.Е. Пронина, С.П. Суворова, Т.И. Фролова и др.)²¹.

В названных работах практически не рассматривается инновационная функция науки и специфика инновационной деятельности, поэтому используемые в них методы плохо применимы для исследования журналистских публикаций деловых СМИ, посвященных развитию наукоемкого бизнеса и высокотехнологических индустрий, проблемам внедрения и коммерциализации новых технологий, рискам технологического развития и другим аспектам инновационного процесса.

Рассматривая деловые СМИ как важный элемент инфраструктуры инновационной системы, мы опирались на работы о предметно-функциональной специфике деловых СМИ (В.М. Амиров, А.В. Вырковский, А.В. Еременко, Д.А. Мурзин и др.)²², а также использовали теоретический материал об инновационном развитии экономики и теории инновационных систем (М.В. Кудина, С.В. Мальцева, Р.Р. Нельсон, Й.А. Шумпетер и др.)²³. Изучение научно-технологической проблематики деловых СМИ на примере аналитических публикаций об инновациях потребовало обращения к исследованиям актуальных направлений технологического развития экономики

²¹ Гурова Е.К. Популяризация науки: задачи, стратегии, технологии: метод. пособие для журналистов. М.: Фак. журн. МГУ, 2016; Ильченко Д.С., Лебеденко М.Е., Плаутина Ю.Д. Тема науки в новостных порталах Крыма в условиях смены государства // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2017. № 3. С. 110–129; Колесниченко А.В., Пронина Е.Е., Ильченко Д.С. Прогнозирование успешности обучения и последующей профессиональной деятельности журналиста: опыт Мастерской научной журналистики при факультете журналистики МГУ // Вопросы теории и практики журналистики. 2018. Т. 7. № 2. С. 245–265; Фролова Т.И., Суворова С.П., Ильченко Д.С., Бугаева А.С. К проблеме качества текстов научно-популярной проблематики в средствах массовой информации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 2. С. 233–246; Юдина И.Г., Вахрамеева З.В., Федотова О.А. К вопросу изучения научной новостной информации (обзор отечественных публикаций) // Информационное общество. 2019. № 1–2. С. 92–100 и др.

²² Амиров В.М. Деловая журналистика: учеб. пособие / науч. ред. В.Ф. Олешко. М.: Флинта, 2018; Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы: моногр. М.: РИП-холдинг, 2001; Деловая журналистика / отв. ред. А. В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012; Еременко А.В. Деловая пресса в России: история, типология, моделирование изданий: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Ростов-на-Дону, 2006 и др.

²³ Инновационный менеджмент: учебник для академ. бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. М.: Юрайт, 2019; Кудина М.В. Инновационная экономика: теория и практика: учебник. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2023; Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / пер. с англ. М.: Эксмо, 2007; Lundvall B.A. (ed.) (2010) National Systems of Innovation: Toward a Theory of Innovation and Interactive Learning. London: Anthem Press; Nelson R. R. (ed.) (1993) National Innovation Systems: A Comparative Analysis. New York: Oxford University Press; OECD National Innovation Systems, 1997. Available at: <https://www.oecd.org/science/inno/2101733.pdf> (accessed: 20.03.2024) и др.

и общества (С.Ю. Глазьев, И.Г. Дежина, А.К. Пономарев и др.)²⁴ и особенностям аналитического способа отражения действительности в журналистике (А.В. Колесниченко, Г.В. Лазутина, С.С. Распопова, А.А. Тертычный)²⁵.

Научная новизна результатов исследования состоит в следующем:

- установлен объем, занимаемый материалами научно-технологической тематики в содержании деловых СМИ: рассчитаны показатели среднего количества аналитических материалов об инновациях в одном номере делового журнала, а также средняя доля занимаемых данными публикациями полос от общего количества полос в одном номере журнала;
- определены сущностные характеристики технологических инноваций, представленные в аналитических публикациях: география, стадии жизненного цикла, высокотехнологические направления и группы технологий;
- установлено соотношение между тематическими предпочтениями деловых журналов при освещении инноваций и реальным уровнем их развития в России и мире;
- определены жанры аналитических публикаций о технологических инновациях, а также основные аспекты инновационного процесса, в них рассматриваемые;
- выявлены и охарактеризованы основные жанрово-тематические подходы к освещению технологических инноваций, присущие ведущим российским деловым журналам.

Объектом исследования стали подходы ведущих российских деловых журналов к освещению технологических инноваций.

Предмет исследования – предметно-тематические и жанрово-функциональные характеристики журналистских публикаций, тематика

²⁴ Глазьев С.Ю., Дементьев В.Е., Сухинин И.В. Стратегические предпосылки модернизации и инновационного развития российской экономики: моногр. / под ред. С.Ю. Глазьева. М.: Гос. ун-т управления, 2014; Дежина И.Г., Пономарев А.К. От науки к технологиям: новые тренды государственной политики // Инновации. 2020. № 10. С. 30–40; Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России. Экспертно-аналитический доклад / под науч. рук. В.Н. Княгинина. М.: Центр стратегических разработок, 2017; Оганесян Т.К., Стырин Е.М., Абдрахманова Г.И. и др. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса. Аналитический доклад / отв. ред. Д.С. Медовников. М.: НИУ ВШЭ, 2018; Развитие отдельных высокотехнологичных направлений. Белая книга / под ред. Т.Л. Броницкого. М.: НИУ ВШЭ, 2022 и др.

²⁵ Колесниченко А.В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов: учебник и практикум для академ. бакалавриата. М.: Юрайт, 2017; Его же. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42; Его же. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайн-СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2019. № 3. С. 3–22; Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2012; Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2013 и др.

которых связана с созданием, внедрением и распространением технологических инноваций.

Цель исследования – охарактеризовать основные подходы российских деловых журналов к освещению технологических инноваций.

Для достижения цели исследования необходимо было решить следующие **задачи**:

- определить количество и долю материалов об инновациях в содержании деловых журналов.
- выявить характеристики технологических инноваций, представленные в аналитических публикациях.
- установить соотношение между тематическими предпочтениями деловых журналов при освещении инноваций и уровнем их развития в России и мире.
- выявить жанры публикаций об инновациях и анализируемые в них аспекты инновационного процесса.
- выделить и охарактеризовать основные жанрово-тематические подходы к освещению технологических инноваций, присущие ведущим российским деловым журналам.

Методика исследования. Основным методом исследования – контент-анализ. Для поиска, отбора и изучения медиатекстов использовались специальные программы – система мониторинга и анализа СМИ «Интегрум» и надстройка для офисного приложения *Microsoft Excel !SEMTools*, позволяющая проводить анализ частоты использования слов в большой по объему выборке текстов.

Эмпирическим объектом исследования стали две выборки материалов, опубликованные за период с 2017 по 2021 г. в ведущих российских деловых журналах, имеющих как печатную версию («Эксперт», «Профиль» и «Forbes Россия»), так и функционирующие исключительно в онлайн (*Inc. Russia* и «Секрет фирмы»).

Первую выборку (B1) составили медиатексты с сайтов исследуемых изданий, содержащих ключевое слово «инновация» в любой форме (число, падеж, род, склонение) и производные прилагательные, следовательно, потенциально связанных с инновационной тематикой. Отбор и выгрузка полнотекстовых версий публикаций осуществлялись с помощью информационно-поисковой системы мониторинга и анализа СМИ «Интегрум». Выборку B1 сформировали 8 220 материалов, из которых 2 707 были отобраны с сайта *forbes.ru*, 2750 – *expert.ru*, 1240 – *incrussia.ru*, 882 – *profile.ru* и 641 материал – с сайта *secretmag.ru*.

С помощью программы *!SEMTools* был проведен анализ частотности слов в текстах выборки B1 и определены пятьдесят самых употребляемых существительных. Исходя из значений топ-50 существительных выявлялись основные тематические контексты презентации инноваций в каждом конкретном СМИ и в целом во всех выбранных изданиях.

Вторая и основная для нашего исследования выборка текстов (B2) формировалась из *аналитических текстов о технологических инновациях*, опубликованных в печатных версиях изданий «Forbes Россия», «Профиль» и «Эксперт», а также на сайтах интернет-журналов *Inc. Russia* и «Секрет фирмы».

Отбор публикаций из печатных журналов осуществлялся путем анализа всех номеров изданий (481 шт.) за исследуемый период. Всего удалось выявить 1 068 материалов: 140 публикаций в журнале «Forbes Россия», 293 – в «Профиле» и 635 – в «Эксперте». Общий объем выявленных в печатных изданиях публикаций составил 4 480 полос.

Медиатексты из онлайн-журналов отбирались с помощью системы «Интегрум» по ключевым словам «технология» или «инновация» в любой форме (число, падеж, род, склонение) и производным прилагательным. Из полученной промежуточной выборки текстов (10 113 шт.) выделялись публикации, удовлетворяющие двум критериям: 1) аналитический жанр и 2) тематика, связанная с созданием, внедрением или распространением технологических инноваций. Таким образом из онлайн-изданий удалось отобрать 571 материал: 350 – из *Inc. Russia* и 221 – из «Секрета фирмы».

В итоге выборку B2 сформировали 1 639 аналитических публикаций о технологических инновациях (1 068 – в печатных изданиях, 571 – в онлайн-журналах), которые были изучены с помощью метода контент-анализа. Категории анализа определялись в соответствии с задачами исследования.

Количество публикаций об инновациях определялось по числу соответствующих материалов за год в каждом издании. Расчет доли публикаций инновационной тематики в содержании деловых журналов проводился для печатных изданий, в которых фиксировалось число публикаций об инновациях в каждом номере, число занимаемых ими полос, а также общее число полос в каждом номере. Далее проводился расчет среднего количества и средней доли публикаций об инновациях в одном номере журнала за год. Кроме того, во всех журналах учитывалась тематика рубрик, в которых публиковались материалы об инновациях, что позволило уточнить основные тематические контексты презентации инноваций в деловых СМИ.

Характеристики технологических инноваций, представленные в аналитических публикациях, определялись по следующим категориям: «география инноваций», «стадии жизненного цикла инноваций», «группы технологий» и «высокотехнологические направления».

Уровень развития инноваций оценивался на основе общего количества российских и общемировых патентов, выданных в 2017–2019 гг. по восьми актуальным высокотехнологическим направлениям: технологии новых материалов и веществ, технологии создания систем накопления и передачи электроэнергии, искусственный интеллект, квантовые вычисления и коммуникации, интернет вещей, перспективные космические системы, технологии распределенных реестров, мобильные сети связи пятого поколения.

При изучении жанров публикаций об инновациях мы ориентировались на перечень основных аналитических жанровых форм, используемых в деловых

журналах: экспертное интервью, рекомендация, прогноз, комментарий, обзор, рейтинг, авторская колонка, кейс, трендовая статья, аналитическая статья²⁶. Если при отборе публикаций выявлялась аналитическая жанровая форма, не включенная в перечень, она добавлялась в список. При этом учитывались различные подходы к выделению и описанию аналитических жанров в СМИ: как ранее опубликованные работы²⁷, так и более современные исследования жанровой структуры интернет-СМИ²⁸.

Проблемно-тематические направления (аспекты) инновационного процесса, формирующие предметное поле исследуемых публикаций и определяющие основные ракурсы освещения инноваций в деловых журналах, выявлялись в результате анализа предметно-функциональных характеристик текстов каждого жанра.

Хронологические рамки исследования очерчиваются периодом 2017–2021 гг., выбор которого обусловлен несколькими факторами. Во-первых, в конце 2016 г. была утверждена новая Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации²⁹, что повлияло на рост внимания деловых СМИ к инновационной тематике. Во-вторых, технологические тренды развития экономики и бизнеса в 2017–2021 гг. продолжают быть актуальными и по сей день. В-третьих, рассматриваемые годы можно охарактеризовать как относительно стабильный период функционирования ведущих российских деловых СМИ журнального формата³⁰.

Положения, выносимые на защиту:

1. Количество публикаций, посвященных созданию, внедрению и распространению инноваций, в содержании деловых журналов растет. Большая часть аналитических материалов о технологических инновациях размещается не в специализированных рубриках о науке и технологиях, а в традиционных для деловых СМИ разделах об экономике, бизнесе и финансах. Научно-

²⁶ Деловая журналистика / отв. ред. А.В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012. С. 599–628.

²⁷ Кройчик Л.Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: учебник / под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: Знание, 2000. С. 125–167; Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2012; Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2014.

²⁸ Колесниченко А.В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайн-СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42; Его же. Востребованность жанров журналистских текстов аудиторией онлайн-СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2019. № 3. С. 3–22. Его же. Типология мультимедийных лонгридов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2022. № 4. С. 3–20.

²⁹ О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 01.12.2016 № 642. Режим доступа: www.kremlin.ru/acts/bank/41449 (дата обращения: 29.04.2025).

³⁰ Впоследствии ситуация изменилась. Так, в 2023 г. поменялось руководство в журнале «Эксперт», была обновлена концепция издания, изменился авторский состав, при этом прежний редакционный коллектив продолжил выпускать журнал под новым названием «Монокль». В 2024 г. интернет-издание Inc. Russia было перезапущено и переименовано в «Инк», у журнала также сменились издатель и владелец.

технологическую проблематику можно назвать «сквозным тематическим направлением», пронизывающим основные содержательные направления деловых изданий.

2. Цифровая трансформация (искусственный интеллект, технологии распределенного реестра и кибербезопасности) экономики и бизнеса, биотехнологии, инновации в энергетике и космические технологии в России, США и Китае – главные темы научно-технологической повестки деловых журналов. В целом освещение в СМИ актуальных направлений коррелирует с уровнем их развития в российской экономике и научно-технологической сфере.

3. В зависимости от тематических предпочтений при освещении инноваций и уровня их развития в России и мире деловые журналы формируют две группы. Издания первой группы сосредоточены на освещении глобальных технологических трендов, журналы второй группы, помимо тематики «цифрового перехода» и биотехнологий, уделяют повышенное внимание достижениям в передовых для российской научно-технологической сферы направлениях (прежде всего – в энергетике и космосе), что позволяет им более комплексно отражать инновационное развитие российской экономики.

4. Для презентации технологических инноваций в печатных и онлайн-журналах преимущественно используются традиционные для деловой аналитической журналистики жанры – статья, кейс, экспертное интервью, авторская колонка и обзор. При этом в публикациях каждого жанра рассматриваются определенные проблемно-тематические направления (аспекты) инновационного процесса.

5. Российские деловые журналы используют три основных подхода к освещению технологических инноваций: исследование и продвижение высокотехнологических компаний и предпринимателей (основные рабочие жанры – кейс и авторская колонка); анализ тенденций и перспектив развития высокотехнологических направлений, индустрий и рынков (обзор, прогноз и общеисследовательская статья); анализ текущих проблем технологического развития экономики и бизнеса (практико-аналитическая статья, кейс и экспертное интервью).

Теоретическая значимость исследования заключается в формировании методической основы для изучения научно-технологической тематики в деловых СМИ, а также функционирования деловых массмедиа как важного элемента информационной инфраструктуры национальной инновационной системы.

Практическая значимость исследования может быть обоснована возможностью использования его результатов для оптимизации содержательных моделей деловых СМИ и корректировки медиакоммуникационных стратегий в плане продвижения высокотехнологических направлений и разработок. Кроме того, полученные данные могут быть использованы при подготовке образовательных дисциплин, связанных с научно-технологической журналистикой и коммуникацией.

Апробация результатов исследования. Основные результаты, положения и выводы диссертационного исследования опубликованы в 7 научных работах общим объемом 6,7 авторских листа в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в Диссертационном совете МГУ имени М.В. Ломоносова по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика и отрасли наук.

Структура диссертации обусловлена ее целью и задачами. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения. Список литературы содержит 195 наименований источников.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обоснована актуальность темы исследования, ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость. Сформулированы объект и предмет, цели и задачи исследования, а также выносимые на защиту положения. Описаны степень научной разработанности темы, эмпирическая база и методика исследования.

В **главе 1 «Теоретико-методологические основания изучения научно-технологической тематики в деловых СМИ»** определяется предметная область исследования и вводятся основные рабочие понятия, рассматривается место и роль деловых СМИ в инновационной системе государства, а также излагается концепция исследования, базирующаяся на изучении аналитических журналистских публикаций о технологических инновациях. Глава содержит три параграфа.

В **параграфе 1.1 «Инновационное развитие экономики как стратегический приоритет государственной политики Российской Федерации»** обозначены цель, основные задачи, проблемы и направления научно-технологического развития Российской Федерации. Здесь также определяются ключевые понятия исследования: «научно-технологическое развитие», «национальная инновационная система», «инновационный процесс» и «технологическая инновация». Специфика проблем и ключевых задач инновационного развития России позволяет рассмотреть СМИ в качестве одного из инструментов их решения, в первую очередь комплекса задач, связанных с «поддержкой всех стадий „жизненного цикла“ знаний за счет формирования эффективной системы коммуникации в области науки, технологий и инноваций, повышения восприимчивости экономики и общества к инновациям, создания условий для развития наукоемкого бизнеса»³¹. Особенно актуальными представляются возможности деловых СМИ, тематика которых непосредственно связана с развитием экономики и бизнеса.

³¹ Государственная программа «Научно-технологическое развитие Российской Федерации». Режим доступа: <http://government.ru/docs/36310/> (дата обращения: 21.04.2024).

В параграфе 1.2 «Деловые СМИ в структуре национальной инновационной системы» деловые СМИ рассматриваются в качестве участников инновационного процесса: выявляются место и роль деловых массмедиа в инновационной системе государства, а также их потенциальные возможности в плане решения актуальных задач и проблем научно-технологического развития Российской Федерации. Анализ предметно-тематических, аудиторных и функциональных особенностей деловых СМИ в контексте основных целей, задач и проблем развития национальной инновационной системы и реализации научно-технологической политики Российской Федерации позволил прийти к следующим выводам.

Проблематика инновационного развития экономики и бизнеса является одним из основных содержательных направлений в деловой журналистике. Деловые СМИ отражают специфику научно-технологического развития экономики и бизнеса, уровень и интенсивность происходящих в них инновационных процессов. Целевая аудитория деловых СМИ включает в себя основных субъектов национальной инновационной системы. Деловые СМИ определяют значимость тех или иных проблем и направлений технологического развития экономики и бизнеса для непосредственных участников инновационного процесса. Функционально деловые СМИ способны обеспечивать коммуникацию между основными субъектами национальной инновационной системы России, снабжая их полезной информацией для принятия управленческих решений, в том числе по вопросам научно-технологического развития экономики и бизнеса. Учитывая возможности деловых СМИ не только отражать инновационные процессы, но и влиять на ход их развития, можно заключить, что деловые СМИ – важный элемент информационной инфраструктуры национальной инновационной системы, нуждающийся в детальном и всестороннем изучении.

Параграф 1.3 «Потенциал аналитической журналистики как фактор формирования концепции исследования» содержит обзор современных работ, посвященных изучению научно-технологической тематики в СМИ, после чего формулируется концепция исследования, базирующаяся на изучении аналитических журналистских текстов, посвященных созданию, внедрению и распространению технологических инноваций.

Выбор в качестве центрального рабочего понятия нашего исследования термина «технологическая инновация» обусловлен современными реалиями развития экономики и бизнеса, в которых технологический фактор является определяющим. Кроме того, технологическая инновация, понимаемая как разработка и внедрение технологически новых или значительно усовершенствованных продуктов и процессов, – это категория в том числе экономическая, что соответствует предметно-тематической специфике деловых СМИ, их прагматично-утилитарному, «экономическому» взгляду на любую проблематику, в том числе научно-технологическую. Также понимание структуры жизненного цикла технологической инновации позволяет рассмотреть научно-технологическую тематику в деловых СМИ на всех этапах

инновационного процесса: от разработок, находящихся на стадии научных исследований, до технологий на стадии социализации.

В качестве основного эмпирического объекта исследования были выбраны *аналитические журналистские публикации о технологических инновациях*, различные жанры которых могут быть рассмотрены как формы реализации *аналитического способа* отображения научно-технологического развития экономики, бизнеса и общества в деловых СМИ, предполагающего не только описание событий, проблем и явлений, но также их осмысление, оценку и интерпретацию. Как результат – в содержательных аналитических материалах по сравнению с текстами других жанровых групп научно-технологическая тематика рассматривается глубже и доказательнее, выявляя неизвестные ранее ее особенности.

В главе 2 «Презентация технологических инноваций в деловых журналах», разделенной на четыре параграфа, определяется количество публикаций об инновациях в содержании деловых журналов за период с 2017 по 2021 г. Затем выявляются проявленные в аналитических публикациях характеристики технологических инноваций: география и стадии жизненного цикла инноваций, высокотехнологические направления и группы технологий. После чего устанавливается соотношение между частотой медиапрезентации инноваций и уровнем их развития в России и мире. Анализ полученных результатов предваряет **параграф 2.1 «Методика исследования»**, в котором раскрывается порядок исследовательских операций, проделанных для достижения результата и формулирования выводов.

Хронологические рамки исследования (2017–2021 гг.) были выбраны с целью изучить основные жанрово-тематические подходы деловых журналов к освещению инноваций в относительно стабильный период функционирования ведущих российских деловых СМИ журнального формата – после утверждения Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации в 2016 г. и до начала Специальной военной операции на Украине в феврале 2022 г.

Источником эмпирических данных были выбраны пять деловых журналов, три из которых на момент проведения исследования имели печатные и электронные версии – «Forbes Россия», «Профиль» и «Эксперт» и два функционировали исключительно в онлайн – *Inc. Russia* и «Секрет фирмы».

На первом этапе исследования была проведена оценка объема научно-технологической тематики в содержании деловых журналов на примере публикаций об инновациях. С помощью системы «Интегрум» из общего массива текстов, опубликованных на сайтах пяти исследуемых журналов (forbes.ru, profile.ru, expert.ru, incrussia.ru и secretmag.ru), были отобраны медиатексты, содержащие ключевое слово «инновация» в любой форме (число, падеж, род, склонение) и производные прилагательные, следовательно, потенциально связанные с инновационной тематикой. Суммарно выявлено 8 220 публикаций, сформировавших выборку B1. Затем, используя программу *!SEMTools*, был проведен анализ частотности слов в текстах выборки B1 и определены пятьдесят самых употребляемых существительных. Исходя из

значений топ-50 существительных были выявлены основные тематические контексты презентации инноваций в исследуемых деловых изданиях.

На следующем этапе была сформирована основная для нашего исследования выборка В1, состоящая из аналитических публикаций, посвященных созданию, внедрению и распространению технологических инноваций. Материалы отбирались из печатных версий журналов «Forbes Россия», «Эксперт» и «Профиль» и с сайтов изданий *Inc. Russia* и «Секрет фирмы».

В ходе отбора публикаций из печатных деловых изданий были проанализированы все номера журналов «Forbes Россия», «Профиль» и «Эксперт» за исследуемый период: всего 481 номер, из которых «Forbes Россия» – 60 номеров, «Профиль» – 198, «Эксперт» – 223 номера. Для отбора публикаций из онлайн-журналов была использована система «Интегрум», которая позволила сформировать первичную выборку из 10 113 публикаций («Секрет фирмы» – 4 111, *Inc. Russia* – 6 022), содержащих ключевые слова «технология» или «инновация» (в любой форме: число, падеж, род, склонение) и производные прилагательные. В финальную выборку В1 вошли 1 639 публикаций аналитических жанров о технологических инновациях: «Forbes Россия» – 140, «Профиль» – 293, «Эксперт» – 635, *Inc. Russia* – 350, «Секрет фирмы» – 221. Учитывались тексты как непосредственно посвященные новым разработкам³², так и публикации с явно выраженным научно-технологическим нарративом³³.

При отборе публикаций из каждого печатного СМИ фиксировалось количество номеров журнала, количество отобранных материалов, число занимаемых ими полос и общее число полос в каждом номере. Далее проводился расчет среднего количества и средней доли публикаций об инновациях в одном номере журнала за год. Кроме того, во всех журналах (печатных и онлайн-овых) учитывалась тематика рубрик и количество опубликованных в них материалов об инновациях, что позволило уточнить основные тематические контексты презентации инноваций в деловых СМИ.

На центральном этапе исследования были выявлены характеристики технологических инноваций, представленных в аналитических публикациях, установлено соотношение между тематическими предпочтениями деловых СМИ при освещении инноваций и уровнем их реального развития в России и мире, а также определены жанры публикаций об инновациях и анализируемые в них аспекты инновационного процесса.

³² Пример публикации: Краснова В. Цифровое поветрие. Какие технологические тренды станут ориентиром для бизнеса в 2021 году // Профиль. 2021. № 3–4 (145). С. 50–56.

³³ Альберт-Дейтч К. Слежка за покупателями: как магазины повышают свою прибыль с помощью новых технологий // *Inc. Russia*. 2017. Май, 15. Режим доступа: <https://incrussia.ru/understand/slezhka-za-pokupatelyami-kak-magaziny-povyshayut-svoyu-pribyl-s-pomoshchyu-novykh-tekhnologiy/> (дата обращения: 14.03.2024).

Характеристики инновации определялись по следующим категориям: *география* и *стадия жизненного цикла* инновации, *«технологическая группа»*, к которой она относится, и *«высокотехнологическое направление»*, в рамках которого развивается группа технологий.

Уровень развития передовых технологий в России и мире оценивался по количеству патентных заявок в 2017–2019 гг., для чего использовались результаты патентного анализа на основе базы *PatStat Global* (90+ млн патентных документов большинства патентных ведомств мира), представленные в аналитическом докладе «Развитие отдельных высокотехнологичных направлений. Белая книга»³⁴.

При изучении *жанровых* характеристик публикаций в каждом из 1 639 отобранных текстов выявлялся базовый жанр аналитической журналистики или его разновидность. Для определения жанровых форм использовался перечень основных аналитических жанров, используемых в деловых журналах: экспертное интервью, рекомендация, прогноз, комментарий, обзор, рейтинг, авторская колонка, кейс, ньюс-фиче (или трендовая статья), аналитическая статья³⁵. Если при отборе публикаций выявлялся аналитический жанр, не включенный в модельный список, он добавлялся в перечень. В результате к исходному перечню были добавлены следующие жанровые формы: подборка, отчет, карточки, справка, презентация и тест. При изучении жанровой палитры деловых онлайн-журналов дополнительно рассматривались мультимедийные аналитические материалы, прежде всего формат *мультимедийного лонгрида*.

Проблемно-тематические направления (аспекты) инновационного процесса, формирующие предметное поле исследуемых публикаций и определяющие основные ракурсы освещения инноваций в деловых журналах, выявлялись в результате анализа предметно-функциональных характеристик текстов каждого жанра.

Полученные в ходе исследования результаты позволили выделить на заключительном этапе работы основные жанрово-тематические подходы деловых журналов к освещению технологических инноваций.

В параграфе 2.2 «Научно-технологическая тематика в деловых журналах: количественные характеристики за 2017–2021 гг.» представлены результаты анализа динамики изменения количества публикаций об инновациях в содержании деловых журналов за исследуемый период.

³⁴ Развитие отдельных высокотехнологичных направлений. Белая книга / под ред. Т.Л. Броницкого. М.: НИУ ВШЭ, 2022.

³⁵ Деловая журналистика / отв. ред. А.В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012. С. 599–628.

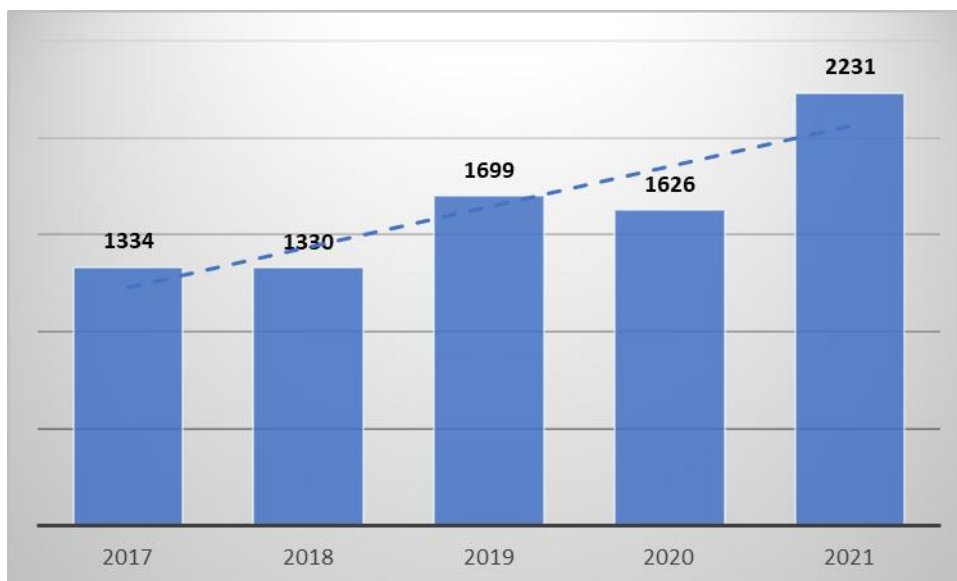


Рисунок 1. Динамика изменения количества публикаций, содержащих ключевое слово «инновация», в онлайн-версиях деловых журналов (2017–2021 гг.) (абс.)

Результаты анализа выборки В1 свидетельствуют о росте числа публикаций, потенциально связанных с инновационной тематикой (см. рис. 1). Анализ семантики топ-50 частотных существительных показал, что освещение инноваций в деловых журналах в основном происходит в контексте экономической (высокочастотные слова «рынок», «производство», «экономика», «сфера», «отрасль») и бизнес-тематике («компания», «бизнес», «проект», «стартап», «предприятие», «предприниматель»), а также вопросов финансирования инновационной деятельности («фонд», «инвестиция», «инвестор»). При этом одни журналы («Forbes Россия», *Inc. Russia* и «Секрет фирмы») сосредоточены на теме технологического предпринимательства и финансирования инновационной деятельности, другие («Профиль» и «Эксперт») уделяют больше внимания развитию высокотехнологических отраслей и рынков, а также вопросам государственной инновационной политики.

Результаты анализа выборки В2 также свидетельствуют о росте внимания редакций деловых СМИ к теме научно-технологического развития. Наблюдается постепенное увеличение числа аналитических текстов о новых технологиях (с 323 до 370 пуб.), а также более релевантных показателей – среднего значения количества (с 2 до 3 пуб.) и средней доли занимаемых полос от общего количества полос в номере: с 9% до 12%).

При этом основная масса аналитических публикаций о передовых технологиях была размещена не в специализированных рубриках, таких как «Инновации» или «Наука и технологии», а в базовых для деловых изданий разделах, посвященных экономике, бизнесу и финансам. Таким образом, научно-технологическую проблематику в деловых журналах можно назвать

«сквозным тематическим направлением», пронизывающим основные содержательные направления деловой журналистики.

В параграфе 2.3 «Представленность технологических инноваций в аналитических публикациях» были выявлены и проанализированы представленные в аналитических публикациях сущностные характеристики инноваций: их география и стадии жизненного цикла, технологические группы, к которым они относятся, и высокотехнологические направления, которые они развивают.

В аналитических публикациях деловых журналов в основном рассматриваются инновации, находящиеся на стадии внедрения или распространения (83% публикаций) на территории России (64%), США (15%) и Китая (3%), а также других технологически развитых государств (Германии, Японии, Южной Кореи и др.). Фундаментальным и прикладным исследованиям посвящено 14% публикаций. В 3% текстов рассматриваются технологии, пережившие пик своего развития. То есть деловые СМИ сфокусированы на анализе второго этапа развития инновационного процесса – этапа распространения инноваций.

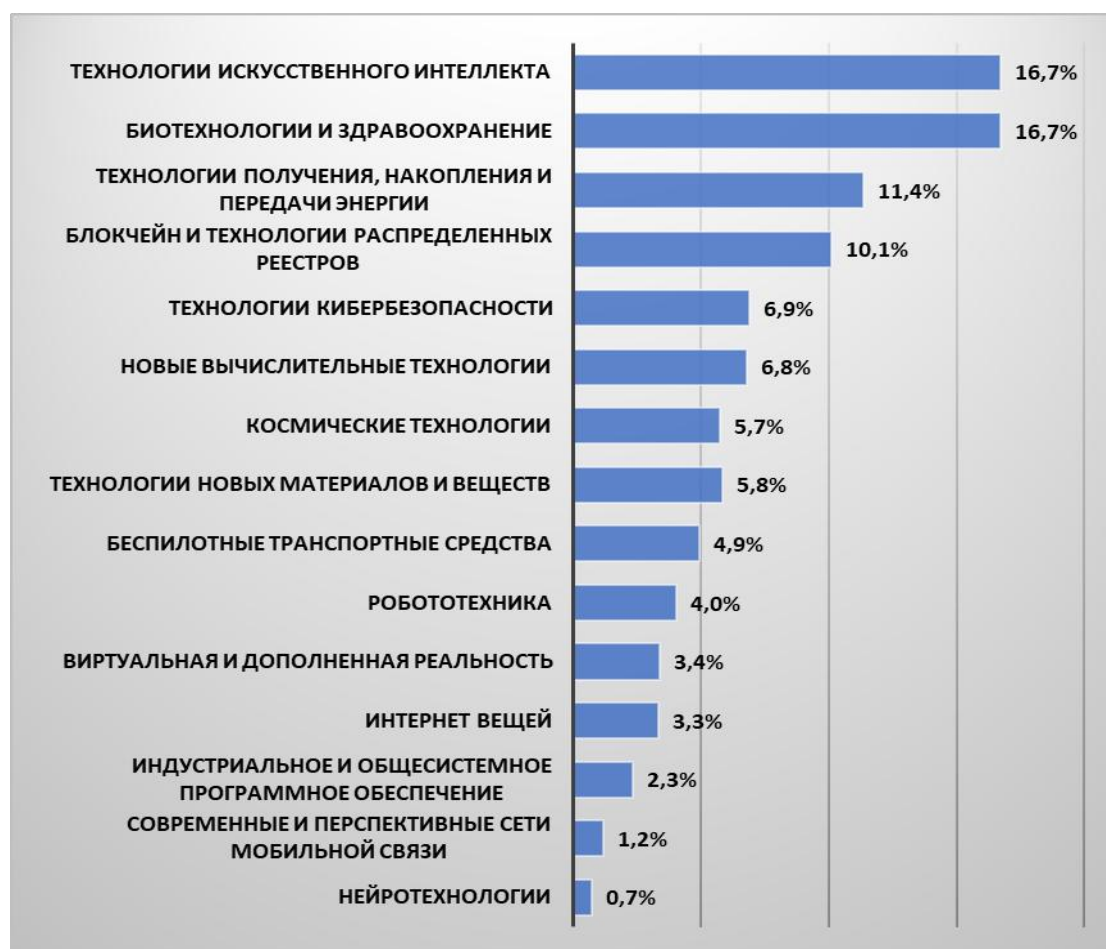


Рисунок 2. Тематические предпочтения деловых журналов при освещении высокотехнологических направлений (2017–2021 гг.)

Развитие информационных технологий – главная тема научно-технологической повестки деловых СМИ (см. рис 2). Основное внимание уделяется искусственному интеллекту (17% публикаций), технологиям распределенного реестра (10%) и кибербезопасности (7%). Кроме того, цифровые технологии во многом определяют развитие других высокотехнологических направлений, представленных на страницах деловых СМИ, например, медицины, передовых материалов, беспилотных транспортных средств и робототехники.

Активно освещаются и другие глобальные высокотехнологические тренды, в частности инновации в сфере биотехнологий и здравоохранения (17%), а также технологии получения, накопления и передачи энергии (11%). Однако такие актуальные направления, как виртуальная и дополненная реальность, перспективные мобильные сети, нейротехнологии, индустриальное и общесистемное ПО, представлены в менее чем 4% аналитических публикаций каждое, что коррелирует с уровнем их развития в российской экономике и научно-технологической сфере.

В параграфе 2.4 «Соотношение тематических предпочтений деловых журналов при освещении инноваций и уровня их развития в России и мире» сравнивались данные о количестве аналитических публикаций в деловых СМИ, посвященных развитию восьми актуальных высокотехнологических направлений, с числом патентных заявок в России и мире, соответствующих этим направлениям, в 2017–2019 гг. Уточним, что сравнивались нормированные доли патентов и публикаций. Общее число патентов по всем высокотехнологическим направлениям принималось за 100%, затем рассчитывалась доля патентов по каждому направлению. Аналогичным образом проводился расчет по публикациям в деловых журналах.

Проведенный анализ показал, что в зависимости от тематических предпочтений при освещении инноваций деловые журналы формируют две группы. Издания первой группы (*Inc. Russia*, «Секрет фирмы» и «*Forbes Россия*») сосредоточены на освещении глобальных технологических трендов, в первую очередь разработок в сферах искусственного интеллекта, технологий распределенного реестра, в здравоохранении и биотехнологиях. Журналы из второй группы («Профиль» и «Эксперт»), помимо тематики «цифрового перехода» и биотехнологий, уделяют повышенное внимание достижениям в передовых для российской научно-технологической сферы направлениях – материаловедении, энергетике и космосе, что позволяет им, в первую очередь журналу «Эксперт», более комплексно отражать развитие российской инновационной системы.

В главе 3 «Жанровые решения и подходы к освещению технологических инноваций в деловых журналах» определяются жанровые формы аналитических текстов об инновациях, а также аспекты инновационного процесса, формирующие предметное поле публикаций каждого жанра. Затем результаты диссертационного исследования обобщаются с целью выявить и описать основные жанрово-тематические подходы российских деловых

журналов к освещению инноваций. В главе два параграфа, причем параграф 3.1 разделен на два подпараграфа.

В параграфе 3.1 «Жанровые и предметно-функциональные характеристики аналитических публикаций о передовых технологиях» представлены результаты изучения жанровых и предметно-функциональных характеристик аналитических публикаций об инновациях в печатных и онлайн-овых деловых журналах. Учитывая различия в жанровой палитре печатных и онлайн-овых СМИ, мы сочли необходимым разделить параграф на два подпараграфа – **3.1.1 «Печатные журналы»** и **3.1.2 «Онлайн-издания»**. Сделаны следующие выводы.

При создании публикаций об инновациях авторы печатных и онлайн-овых деловых журналов используют одинаковый набор основных аналитических жанров: *статья, кейс, обзор, экспертное интервью и авторская колонка* (более 88% публикаций). Каждый жанр используется для рассмотрения определенных аспектов инновационного процесса. Так, в *статьях* анализируются проблемы и перспективы внедрения новых технологий, вопросы государственной инновационной политики, риски технологического развития, история и возможности научных открытий и изобретений. В *кейсах* описывается деятельность высокотехнологических компаний, лабораторий и научно-исследовательских центров. *Обзоры* посвящены развитию высокотехнологических направлений, индустрий и рынков, а также рассмотрению научно-технологических достижений за определенный период. *Экспертное интервью и авторская колонка* зачастую берут на себя функции вышеперечисленных жанров.

Различия в жанровой палитре деловых изданий заключаются в разной частоте использования аналитических жанров. Так, в печатных журналах «Эксперт» и «Профиль» преобладают традиционные для деловой аналитической журналистики объемные и трудозатратные жанры: *аналитическая статья, обзор и прогноз*. В онлайн-изданиях доминируют более лаконичные и простые в подготовке жанры, которые зачастую пишутся внештатными авторами-экспертами: *авторская колонка, подборка, рекомендация*. В интернет-журналах также больше доля *кейсов* об инновационных компаниях и *экспертных интервью* с технологическими предпринимателями. Специфичные для интернет-журналистики форматы (*карточки, справка, тест*) используются редко. Формат *мультимедийного лонгрида* востребован слабо (2% публикаций) и только в рамках партнерских материалов и спецпроектов. В целом онлайн-журналы публикуют существенно больше *PR-текстов*, используя для этого весь арсенал основных аналитических жанров – *кейс, экспертное интервью, обзор, статья и подборка*.

В параграфе 3.2 «Жанрово-тематические приоритеты деловых журналов в освещении инноваций» результаты исследования обобщаются и выделяются три подхода, доминирующих в контент-стратегиях деловых журналов при освещении технологических инноваций:

1. *Исследование и продвижение высокотехнологических компаний и предпринимателей.* Основные рабочие жанры – кейс и авторская колонка. Повышенное внимание к глобальным технологическим трендам в ИТ (в первую очередь ИИ и блокчейн) и биотехнологиях, к работе российских и иностранных инновационных компаний и стартапов, теме финансирования инновационной деятельности. Подход характерен для журналов «Forbes Россия», *Inc. Russia* и «Секрет фирмы».

2. *Анализ тенденций и перспектив развития высокотехнологических направлений, индустрий и рынков.* Основные рабочие жанры: обзор, прогноз и общеисследовательская статья. Доминируют обзорные материалы, посвященные глобальным технологическим трендам (кибербезопасность, беспилотные транспортные средства, робототехника, интернет вещей) и активно развивающимся в российской научно-технологической сфере направлениям (энергетика, космос), а также вопросам, касающимся государственной научно-технологической политики и регулирования инноваций. Подход специфичен для печатной версии журнала «Профиль».

3. *Анализ текущих проблем технологического развития экономики и бизнеса.* Основные рабочие жанры: практико-аналитическая статья, кейс и экспертное интервью. Фокус на исследовании актуальных проблем развития российской научно-технологической сферы, разработке и внедрении новых технологий в сферы производства и услуг, а также государственной инновационной политике. Активно освещаются инновации как в передовых для нашей страны направлениях (энергетика, агропром, космос, материаловедение), так и в сферах, нуждающихся в ускоренном развитии (микроэлектроника, индустриальное и общесистемное ПО). Подход доминирует в журнале «Эксперт».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ теоретического материала о государственной научно-технологической политике, инновационном развитии экономики, а также целевой аудитории и предметно-функциональных особенностях деловых массмедиа позволил выявить их место и роль в национальной инновационной системе. Осуществляя коммуникацию между основными субъектами инновационного процесса (бизнесом, государством и наукой), снабжая их полезной информацией по вопросам научно-технологического развития экономики и бизнеса, деловые СМИ являются важным элементом информационной инфраструктуры национальной инновационной системы.

Полученные результаты свидетельствуют о постепенном росте внимания редакций деловых СМИ к теме развития инновационных технологий. Анализ рубрик, в которых размещались публикации об инновациях, позволяет говорить о научно-технологической тематике как о «сквозном тематическом направлении», пронизывающем основные содержательные направления деловой журналистики – развитие экономики, бизнеса и финансовой сферы.

Авторы деловых журналов в основном пишут о научно-технологическом развитии России, а также стран-лидеров инноваций, в первую очередь США и Китая. Большинство публикаций посвящено технологиям, находящимся на втором этапе инновационного процесса, – этапе распространения (внедрения, коммерциализации и диффузии) инноваций. Перспективным технологиям, находящимся на этапе исследований и разработок, а также технологиям, пережившим пик своего развития или вышедшим из употребления, уделяется существенно меньше внимания.

Цифровизация экономики и бизнеса – главная тема научно-технологической повестки деловых СМИ. Основное внимание уделяется развитию искусственного интеллекта, технологиям распределенного реестра и кибербезопасности. К другим активно освещаемым высокотехнологическим трендам относятся биотехнологии и здравоохранение, а также технологии получения, накопления и передачи энергии. Такие актуальные направления, как виртуальная и дополненная реальность, перспективные мобильные сети, нейротехнологии, индустриальное и общесистемное ПО, представлены в незначительном количестве публикаций, что коррелирует с уровнем их развития в российской экономике и научно-технологической сфере.

В зависимости от тематических приоритетов при освещении инноваций деловые журналы можно разделить на две группы. Издания первой группы сосредоточены на анализе глобальных технологических трендов (ИИ, блокчейн и биотехнологии). Вторая группа журналов, помимо темы «цифрового перехода» и биотехнологий, активно освещает передовые в российской научно-технологической сфере направления – материаловедение, энергетика и космос. Более сбалансированная научно-технологическая повестка изданий из второй группы, на наш взгляд, лучше отражает специфику развития российской инновационной системы.

Перечень наиболее востребованных жанров в сетевых и печатных журналах традиционен для деловой аналитической журналистики – *статья, кейс, обзор, экспертное интервью и авторская колонка*. Каждый жанр используется для рассмотрения определенных аспектов инновационного процесса. Так, в *статьях* анализируются проблемы и перспективы внедрения новых технологий в сферы производства и услуг, вопросы государственной инновационной политики, риски технологического развития, история и возможности научных открытий и изобретений. В *кейсах* описывается деятельность высокотехнологических компаний, лабораторий и научно-исследовательских организаций. *Обзоры* посвящены развитию высокотехнологических направлений, индустрий и рынков, а также рассмотрению научно-технологических достижений за определенный период. *Экспертное интервью и авторская колонка* зачастую берут на себя функции вышеперечисленных жанров.

Практика освещения инноваций в деловых журналах отличается разной частотой использования аналитических жанров. В печатных журналах преобладают объемные и трудозатратные жанры: *статья, обзор и прогноз*.

В сетевых изданиях доминируют более лаконичные и простые в подготовке жанры, которые зачастую пишутся внештатными авторами-экспертами: *авторская колонка, подборка, рекомендация*. Онлайн-журналы в целом чаще публикуют кейсы об инновационных компаниях и экспертные интервью с их лидерами. Кроме того, значительная часть всех материалов об инновациях в интернет-журналах де-факто выполняют *PR*-функцию, так как подготовлены в рамках партнерских материалов или их авторами являются предприниматели и инвесторы.

Можно констатировать: в печатных деловых журналах преобладает авторский журналистский анализ, в онлайн-журналах в большей степени представлен коммуникационный подход – они выступают как площадка, на которой предприниматели могут презентовать свою компанию и разработки, а также поделиться опытом создания и развития инновационного бизнеса. Это в свою очередь отражает изменение перечня профессиональных задач, которые решает современный журналист, работающий в деловых интернет-изданиях.

Анализ жанрово-тематических приоритетов деловых журналов позволил выделить три основных подхода к презентации технологических инноваций: 1) *исследование и продвижение высокотехнологических компаний и предпринимателей* («Forbes Россия», *Inc.Russia* и «Секрет фирмы»); 2) *анализ тенденций и перспектив развития высокотехнологических направлений, индустрий и рынков* («Профиль»); 3) *анализ текущих проблем технологического развития экономики и бизнеса* («Эксперт»).

Выявленные в ходе научно-квалификационной работы аспекты инновационного процесса, анализируемые в публикациях деловых СМИ (развитие высокотехнологического бизнеса, внедрение инноваций в производство и сферу услуг, регулирование инновационной деятельности и т. д.), являются важнейшими направлениями научно-технологического развития нашей страны. Это актуализирует дальнейшие исследования деловых СМИ в контексте их участия в становлении инновационной системы государства.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации, необходимые для защиты:

две статьи опубликованы в изданиях, входящих в базы Scopus и Web of Science Core Collection (Emerging Sources Citation Index):

1. Ильченко Д. С. Жанровые решения при освещении тематики технологических инноваций в российских деловых журналах // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. Т. 48. № 6. С. 147–167. EDN: IAZBXM. (Объем 0,9 а. л.). [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

2. Ильченко Д. С. Тематика технологического развития экономики в российских деловых журналах в 2017–2021 гг. // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2022. Т. 47. № 6. С. 109–129. EDN: IFHUDI. (Объем 1,2 а. л.). [Импакт-фактор 0,187 (SJR)]

четыре статьи опубликованы в изданиях, входящих в базу Scopus:

3. Ilchenko D. S., Frolova T. I., Striga E. A. Media representation of the technologies of the fourth industrial revolution: Russian business media practice (2017-2021) // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2023. No. 4. Pp. 48–68. EDN: NLHFON. (Объем 1 а. л., авторский вклад – 0,6 а. л.). [Импакт-фактор 0,444 (SJR)]

4. Ilchenko D. S., Frolova T. I., Striga E. A. Business media strategies in the analysis of scientific and technological topics // *Scientific and Technical Information Processing*. 2023. No. 4. Pp. 289–297. EDN: YWJRLG. (Объем 0,9 а. л., авторский вклад 0,5 а. л.). [Импакт-фактор 0,178 (SJR)]

5. Ilchenko D. S., Frolova T. I., Striga E. A. Science and technology agenda of Russian business magazines: topical and thematic analysis (2017-2021) // *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*. 2022. No. 4. Pp. 24–45. EDN: UIXYWZ. (Объем 1,2 а. л., авторский вклад 0,8 а. л.). [Импакт-фактор 0,444 (SJR)]

6. Ilchenko D. S., Frolova T. I., Striga E. A. Representation of Scientific and Technological Innovation in Russian Business Journals: Quantitative Analysis (2017–2021) // *Scientific and Technical Information Processing*. 2022. No. 3. Pp. 159–165. EDN: MFOPQN. (Объем 0,6 а. л., авторский вклад 0,4 а. л.). [Импакт-фактор 0,178 (SJR)]

и одна статья – в издании, рекомендованном Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки РФ и входящем в Дополнительный список рецензируемых научных изданий, утвержденных решением Ученого совета Московского университета для защиты по специальности 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика:

7. Ильченко Д. С., Фролова Т. И. Технологические инновации как объект журналистского анализа в деловых СМИ (потенциал исследования) // *Меди@льманах*. 2021. № 5 (106). С. 54–64. EDN: SVUXJZ. (Объем 0,9 а. л., авторский вклад 0,7 а. л.). [Импакт-фактор 0,755 (РИНЦ)]