

# Правила предоставления публикаций в научное периодическое издание «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика»

---

## I. Порядок сдачи материала (статьи)

1. Статья оформляется в соответствии с «Требованиями к подготовке и оформлению материала (статьи)» (см. ниже) и представляется в редакцию журнала самим автором.
2. Статьи необходимо отправлять на электронную почту журнала: [vestnik\\_journ@mail.ru](mailto:vestnik_journ@mail.ru)
3. Редакция расположена по адресу: 125009, г. Москва, Моховая ул., д. 9. Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова (комн. 120). Ответственный секретарь – Вyrковский Андрей Владимирович. Телефон: +7 (926) 311-4333.
4. При поступлении статьи в редакцию отмечается дата поступления в редакцию. Статьи размещаются по тематическому принципу либо согласно дате поступления в редакцию в соответствующие рубрики.
5. Плата за публикацию в «Вестнике Московского университета. Серия 10. Журналистика» с авторов, в том числе с аспирантов и исследователей, не являющихся сотрудниками МГУ, не взимается.

## II. Требования к подготовке и оформлению материала (статьи)

***Просим авторов обратить особое внимание, что при несоблюдении правил подготовки и оформления материала (статьи) он будет возвращен автору без рассмотрения рецензентами и редакционной коллегией.***

### 1. Требования к публикации

В соответствии с Кодексом этики научных публикаций, автор (или коллектив авторов) осознает, что несет первоначальную ответственность за новизну и достоверность результатов научного исследования, что предполагает соблюдение следующих принципов:

- Авторы статьи должны предоставлять достоверные результаты проведенных исследований. Заведомо ошибочные или сфальсифицированные утверждения неприемлемы.
- Авторы должны гарантировать, что результаты исследования, изложенные в предоставленной рукописи, полностью оригинальны. Заимствованные фрагменты или утверждения должны быть оформлены с обязательным указанием автора и первоисточника. Чрезмерные заимствования, а также плагиат в любых формах, включая неоформленные цитаты, перефразирование или присвоение прав на результаты чужих исследований, неэтичны и неприемлемы.
- Необходимо признавать вклад всех лиц, так или иначе повлиявших на ход исследования; в частности, в статье должны быть представлены ссылки на работы, которые имели значение при проведении исследования.
- Авторы не должны предоставлять в журнал рукопись, которая была отправлена в другой журнал и находится на рассмотрении, а также статью, уже опубликованную в другом журнале.
- Соавторами статьи должны быть указаны все лица, внесшие существенный вклад в проведение исследования. Среди соавторов недопустимо указывать лиц, не участвовавших в исследовании.

- Если автор обнаружит существенные ошибки или неточности в статье на этапе ее рассмотрения или после ее опубликования, он должен как можно скорее уведомить об этом редакцию журнала.

Кодекс этики научных публикаций разработан и утвержден Комитетом по этике научных публикаций.

Актуальный текст Кодекса доступен по адресу: [www.publicet.org/code](http://www.publicet.org/code)

В статье необходимо указать применяемые методики исследования, соблюдать фактологическую и историческую точность, научный стиль изложения.

## 2. Требования к оформлению материала

### 2.1. Общее оформление

В начале статьи необходимо на русском и английском языках указать ФИО автора (полностью), место работы и должность, полное название вуза и кафедры (для аспирантов), контактный телефон и адрес электронной почты.

Объем статьи – **до 45 тыс. знаков с пробелами**. При превышении этого объема статья будет возвращаться автору для сокращения.

Текст статьи должен быть четко структурирован, иметь внутреннее деление на подглавки.

Название статьи должно быть набрано заглавными буквами полужирным шрифтом 14 кеглем.

Требуется перевод названия на английский язык.

Текст статьи должен быть создан в формате *.doc (.docx)* и набран 12 кеглем, шрифтом *Times New Roman* с полупропорциональным межстрочным интервалом.

Если в тексте употребляется иностранное название, то при первом упоминании после русской транскрипции следует указать в скобках оригинальное наименование, например «Чикаго Трибьюн» (*Chicago Tribune*), а далее использовать только вариант на русском языке.

Статью необходимо сопроводить аннотацией (*abstract*) и ключевыми словами (*key words*) на русском и английском языках.

**В аннотации на русском языке**, объемом не более 150 слов, должны быть изложены актуальность (новизна), проблематика статьи и основные выводы. Задачи формулируются в том случае, если они не ясны из заглавия, методы (без методологических деталей) указываются, если они отличаются новизной и представляют интерес с точки зрения данного исследования.

**Аннотация на английском языке** не должна быть дословным переводом (калькой) авторского резюме на русском языке. При написании англоязычной аннотации необходимо соблюдать основные правила и стилистику английского языка. Приветствуется структура аннотации, повторяющая структуру статьи и включающая: введение, цели, задачи, методы, результаты (описываются предельно точно и информативно), заключение/выводы (могут сопровождаться рекомендациями, оценками, предложениями, гипотезами, описанными в статье). Текст должен быть лаконичен и свободен от второстепенной информации, лишних вводных слов, общих и незначимых формулировок. Объем англоязычного текста аннотации – не менее 150 слов.

**Ключевые слова** (не более 7) должны отражать основное содержание статьи, использовать термины из текста статьи, а также термины, определяющие предметную область и включающие другие важные понятия, которые позволят облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы.

Обязательными элементами статьи должны быть **обзор литературы** и четко сформулированные **выводы**.

В **обзоре литературы** необходимо указать степень научной разработанности проблемы, современные отечественные и зарубежные публикации по теме статьи, обосновывающие актуальность материала, его практическую и / или теоретическую значимость, преимущество, научную новизну, характеризующие научную школу, к которой принадлежит автор.

**Выводы** должны четко и лаконично отражать содержание статьи, наиболее значимые результаты проведенного исследования и заключения автора в заданных им теоретико-концептуальных и методологических рамках.

### 2.2. Оформление текста

#### 2.2.1. Ссылки на литературу в тексте

– Ссылки на литературу даются внутри текста: в скобках указывается фамилия автора, год издания произведения и номер страницы, который отделяется от года двоеточием, например:

*Вызов, «осознанно и решительно отвергающий <...> самостояние отдельной личности, ценности свободы и плюрализма, принцип демократической сменяемости политической власти и все прочее, с этими ценностями связанное» (Пелипенко, 2015: 35). Или: Позднее Р. Пикар и Т. Риммер (1999: 1–18) предложили совершенно иной подход к данной проблеме – по географическому принципу. Или:*

*Вспомним известную формулу Яна ван Куйленбурга (1998) о диверсификации медиауслуг 3С: Content, Channels, Carriers.*

– При ссылках на работы одного и того же автора, опубликованные в одном и том же году, их следует различать, добавляя буквы «а», «б», «в» (в случае зарубежных изданий – латинские буквы *a, b, c*).

– При ссылке на книги или статьи, написанные совместно двумя или тремя авторами, указываются все авторы: *(Булыгина, Шмелев, 1997: 15), (Kilteni, Groten and Slater, 2012)*.

– При ссылке на книги и статьи, написанные четырьмя и более авторами, следует перечислить первые четыре фамилии, а затем указать «и др.»; при ссылке на зарубежные издания – «et al.»: *(Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин и др., 2015), Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng et al., 2009)*. – Если дается ссылка на сборник статей, вместо фамилии автора указывается фамилия ответственного редактора или составителя сборника с пометкой «ред.» или «ed.» в скобках, например:

*Объектом изучения стал российский качественный еженедельный журнал «Профиль», который традиционно относят к типу деловых (Вырковский (ред.), 2012).*

*Североевропейской модели уже не существует, точнее, северные страны больше не символизируют североевропейскую – демократическую корпоративистскую модель (Ohlsson (ed.), 2015).*

– Если дается ссылка на материал, автор которого не известен (газетная заметка и т.д.), указывается одно или несколько слов из начала заголовка материала *(Кризис на Украине, 2015)*.

### **2.2.2. Примечания**

Примечания, если они требуются в статье, должны помещаться в конце основного текста перед библиографическим аппаратом, оформляться как концевые сноски со сквозной нумерацией по всей статье.

В Примечаниях указываются: необходимые комментарии автора, архивные материалы, ненаучные публикации (художественная литература, публицистика, газетные материалы, законодательные акты и пр.), интернет-публикации (за исключением *online*-версий научных журналов), видеоматериалы и т.д.

### **2.2.3. Библиография**

В Библиографии указываются только научные публикации (монографии, научные сборники, статьи и рецензии в научных/академических изданиях), т.е. те публикации, которые индексируются в научных базах данных (РИНЦ, *Scopus, Web of Science* и др.), и только те работы, на которые даются ссылки по ходу статьи. Публикации располагаются в алфавитном порядке, сначала на русском языке (на кириллице), фамилии автора/авторов выделяются курсивом. Затем иностранные источники (на языке оригинала) в соответствии с английским алфавитом и оформляются по модели для иностранных источников. Выходные данные книг указываются полностью (город: издательство, год издания).

Для статей в журнале или сборнике обязательно указание начальной и конечной страниц статьи.

### **2.2.4. Notes**

Список *Notes* состоит из перечня транслитерированных русскоязычных источников и источников на иностранных языках (на языке оригинала), входящих в Примечания (при их наличии), расположенных в соответствии с английским алфавитом с **обязательным переводом на английский язык в квадратных скобках**. Авторский комментарий, данный в русскоязычной части текста, в этот раздел не переносится.

### **2.2.5. References**

Список *References* содержит все публикации списка Библиографии в **латинизированной форме**, расположенные в соответствии с английским алфавитом. Сюда входят транслитерированные русскоязычные источники и источники на иностранных языках (на языке оригинала). При транслитерации рекомендуется использовать стандарт *BGN/PCGN*

(United States Board on Geographic Names / Permanent Committee on Geographical Names for British Official Use), рекомендованный международным издательством Oxford University Press как *British Standard*. Для удобства транслитерации текста в соответствии со стандартом BGN можно воспользоваться ссылкой: <http://ru.translit.ru/?account=bgn>, где данная процедура осуществляется автоматически.

После автоматического транслитератора следует поправить:

а) указания на том («Т.»), номер («№»), страницу («С.») издания должны быть переведены на англ. «Vol.», «No.», «pp.» соответственно;

б) все сокращения городов должны быть развернуты: «М.» – в «Moscow»; «СПб» – в «St. Petersburg»; «Л.» – в «Leningrad»; «N.Y.» – в «New York» и т.д.;

в) название издательства необходимо давать в переводе на английский язык, если это организация («Moscow St. Univ. Publ.»), и транслитерацией, если издательство имеет собственное название с указанием на английском, что это издательство («Наука Publ.», «MediaMir Publ.»);

г) необходимо проверить и корректно указать обозначение веков («XX», «XXI» и пр.) римскими цифрами, использование заглавных букв русского алфавита не допускается. В случае если Вы их набрали с помощью русских букв «X», то транслитератор переведет их в «Kh» (т.е. Вы увидите «KhKh» вместо «XX» и т.д.);

д) имена зарубежных авторов должны не транслитерироваться, а даваться в оригинале. У транслитерированных источников, а также источников на других языках, *в квадратных скобках необходимо давать перевод названия книги или статьи на английский язык* и оформлять их по модели для иностранных источников.

В латинизированном списке курсивом выделяются только названия книг, журналов (или других периодических изданий) и сборников статей.

### **3. Примеры оформления Примечаний, Библиографии, Notes и References**

#### **3.1. Примечания**

1 Шадрина Т. В России может уйти с рынка примерно половина СМИ // Рос. газ. 2015. Янв., 6. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2015/01/06/smi-site.html>

2 В данной статье авторы рассматривают только основную составляющую медиасистемы – средства массовой информации и коммуникации. Другие элементы в этом конкретном случае не исследуются.

3 Здесь и далее расчеты по данным мониторинга из системы «Россия в мире» МИА «Россия сегодня».

4 Российский вектор. 2015. № 11 (41). С. 2–20.

#### **3.2. Библиография**

Анненкова И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та; Фак. журн. МГУ, 2011.

Деловая журналистика / А. Афанасьева, М. Блинова, Д. Борисяк, В. Вайсберг и др. / отв. ред. А.В. Вырковский. М.: МедиаМир, 2012.

Пелипенко А.А. Контрэволюция как проявление глобального кризиса современного мира // Власть. 2015. № 6. С. 34–41.

Солганик Г.Я. О стиле современных газет // Дискурс и стиль: теоретические и прикладные аспекты / под ред. Г.Я. Солганика, Н.И. Клушиной, Н.В. Смирновой. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 185–196.

Albarran A.B., Porco J.F. (1990) Measuring and analysing diversification of corporations involved in pay cable. *Journal of Media Economics* 3 (1): 3–14.

Byrne J. (1995) Disabilities in tertiary education. In: Rowan L. and McNamee J. (eds.) *Voices of a Margin*. Rockhampton: CQU Press.

Lowe G.F., Nissen C.S. (eds.) (2011). *Small among Giants: Television broadcasting in smaller countries*. Göteborg: Nordicom.

#### **3.3. Notes**

Shadrina T. (2015) V Rossii mozhet uyti s rynka primerno polovina SMI [In Russia about Half of the Media are Likely to Withdraw from the Market]. *Rossiyskaya gazeta*. Available at:

<http://www.rg.ru/2015/01/06/smi-site.html>

*Rossiyskiy vektor*. 2015. No 11 (41).

#### **3.4. References**

Afanas'eva A., Blinova M., Borisyak D., Vaysberg V. et al. (2012) In: Vyrkovskiy A.V. (ed.) *Delovaya zhurnalistika* [Business journalism]. Moscow: MediaMir Publ.

Albarran A.B., Porco J.F. (1990) Measuring and analysing diversification of corporations involved in pay cable. *Journal of Media Economics* 3 (1): 3–14.

Annenkova I.V. (2011) *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskiy aspekt yazyka SMI* [Media discourse of the XXI century. Linguistic and philosophical aspect of the language of the media]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ.

Byrne J. (1995) Disabilities in tertiary education. In: Rowan L. and McNamee J. (eds.) *Voices of a Margin*. Rockhampton: CQU Press.

Giddens A. (1994) *Beyond Left and Right. The future of radical politics*. Cambridge: Polity Press.

Lowe G.F., Nissen C.S. (eds.) (2011) *Small among Giants: Television broadcasting in smaller countries*. Göteborg: Nordicom.

Pelipenko A.A. (2015) Kontrevolyutsiya kak proyavlenie global'nogo krizisa sovremennogo mira [Counterrevolution as a manifestation of Global crisis]. *Vlast'* 6: 34–41.

Solganik G.Ya. (2014) O stile sovremennykh gazet [On the style of modern newspapers]. In: Solganik G.Ya., Klushina N.I., Smirnova N.V. (eds.) *Diskurs i stil': teoreticheskie i prikladnye aspekty* [Discourse and style: theoretical and applied aspects]. Moscow: Flinta: Nauka Publ., pp. 185–196.

#### **4. Примеры оформления ссылок**

##### **4.1. Книга 1–3-х авторов**

Смирнов С. Медиахолдинги России. Национальный опыт концентрации СМИ. М.: МедиаМир, 2014.

Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика / пер. с англ. СПб: Питер, 1999.

Mosco V. (1998) *The Political Economy of Communication*. London; Thousand Oaks; California; New Delhi: SAGE.

McCarthy P., Hatcher C. (1996) *Speaking persuasively: Making the most of your presentations*. Sydney: Allen and Unwin.

##### **4.2. Книга 4-х и более авторов**

Свитич Л.Г., Смирнова О.В., Ширяева А.А., Шкондин М.В. Газеты средних и малых городов России. Социологическое исследование: опрос редакторов и журналистов. М.: Фак журн. МГУ, 2015.

Дизайн периодических изданий / В.В. Волкова, С.Г. Газанджиев, С.И. Галкин, Е.В. Ситникова и др. М.: Фак журн. МГУ, 2013.

Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D., Nordenstreng K. et. al. (2009) *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies. History of Communication Series*. Urbana: University of Illinois Press.

##### **4.3. Публикации в сборнике**

Фролова Т.И. Медиаобразование школьников // Медиаобразование в школе / под. ред. Е.Л. Вартановой, О.В. Смирновой. М.: МедиаМир, 2010. С. 31–53.

Пирогова Ю.К. Уровни воздействия бренд-коммуникаций и эффект синергии // Эффективность массовых коммуникаций. М.: Науч.-информ. ИЦ МГУП, 2011. С. 67–87.

Van Cuilenburg J. (1998) New perspectives on media diversity. Towards a critical-rational approach to media performance. In: Zassoursky Yassen N., Vartanova Elena L. (eds.) *Changing media and communications: concepts, technologies and ethics in global and national perspectives*. Moscow: ICAR Publ., pp. 71–86.

Albarran A., Moellinger T. (2002) The Top Six Communication Industry Firms: Structure, Performance and Strategy. In: Picard R.G. (ed.) *Media Firms: Structures, Operations, and Performance*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 103–122.

##### **4.4. Публикация в журнале, газете**

Пономарева В.В. «Учитель» против «Гувернантки»: ремарка об одной журнальной полемике по женскому образованию // МедиаАльманах. 2015. № 1. С. 58–62.

Савина Е. Элита пошла лесом. «Наши» готовят секретный обряд посвящения в комиссары // Коммерсантъ. 2007. Апр., 13.

Zheng N., Chyi H.S., Kaufhold K. (2012) Capturing “Human Bandwidth”: A Multidimensional Model for Measuring Attention on Web Sites. *International Journal on Media Management* 14 (2): 157–179.

Pries D., Arkin W. (2010) A hidden world, growing beyond control. *Washington Post*, 19 July.

#### **4.5. Публикация в электронном журнале или интернет-источник**

Клушина Н.И. Интенциональный метод в современной лингвистической парадигме // Медиаскоп. 2012. Вып. 4. Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1242> (дата обращения: 19.01.16).

Шлейнов Р. Кто входит в участковые избирательные комиссии Москвы. Режим доступа: [http://www.vedomosti.ru/library/news/10869191/esli\\_by\\_ne\\_falsifikatory\\_vybory\\_by\\_ne\\_sostoyalis](http://www.vedomosti.ru/library/news/10869191/esli_by_ne_falsifikatory_vybory_by_ne_sostoyalis) (дата обращения: 10.11.14).

Построение будущего. Елена Вартанова – об образовании в журналистике // Журналистика и медиарынок. 2013. № 5. Режим доступа: <http://planetasmi.ru/blog/comments/25552.html> (дата обращения: 05.05.2014).

Lasorsa D.L., Lewis S.C., Holton A.E. (2011) Normalizing Twitter. *Journalism practice in an emerging communication space*. *Journalism Studies*, 21 April. Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2011.571825> (accessed: 23.08.2013).

Bakker P. (2010) *Free dailies 2010: the age of happy monopolist*. Available at: [http://www.inpublishing.co.uk/kb/articles/free\\_dailies\\_2010\\_the\\_age\\_of\\_the\\_happy\\_monopolist](http://www.inpublishing.co.uk/kb/articles/free_dailies_2010_the_age_of_the_happy_monopolist) (accessed: 09.10.2015).

*University Communication Social Media Guidelines*. Available at: <http://ucpa.ucsd.edu/resources/social/> (accessed: 27.10.2014).

#### **4.6. Публикации одного автора, вышедшие в одном году**

Минаева О. (а) Жанровое своеобразие советских журналов для женщин в 1920–1930 гг.: краткий обзор // МедиаАльманах. 2015. № 1. С. 63–66.

Минаева О. (б) Журналы «Работница» и «Крестьянка» в решении «женского вопроса» в СССР в 1920–1930-е гг. М.: МедиаМир, 2015.

Doyle G. (2002 a) *Media Ownership*. London: SAGE Publications Ltd.

Doyle G. (2002 b) *Understanding Media Economics*. London: SAGE Publications Ltd.

#### **4.7. Цитирование диссертации**

Бодрунова С.С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: дис. ... д-ра полит. наук. СПб, 2015.

Bodrunova S.S. *Mediakratiya: SMI i vlast' v sovremennykh demokraticeskikh obshchestvakh*: dis. ... dokt. polit. nauk. [Mediakratiya: the media and the power in modern democratic societies. Dr. polit. sci. diss.] St. Petersburg, 2015.

Onufrijchuk R.F. Object as Vortex: Marshall McLuhan & Material Culture as Media of Communication. PhD thesis. 1998.

Dena C. Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World Across Distinct Media and Environments: PhD dis. .... University of Sydney, School of Letters, Art and Media, Department of Media and Communications. Sydney, 2009.

#### **4.8. Цитирование электронной корреспонденции**

Carpentier Nico (2016) CfP “Critical Mediatization Research” ECREA-Mailing list. 22 Jan [02 March 2016].

IAMCR Member Services (2016) IAMCR Newsletter— January 2016. 14 Jan [02 March 2016].

Алексеев А. (2015) Деревенская история на страницах «Семи искусств». 10 Feb. [02 March 2016].

Аникина М. (2016) Седьмые Грушинские чтения на Моховой, 5 февраля – программа. 2 Feb. [02 March 2016].

#### **4.9. Ссылка на интервью**

Интервью автора с заместителем главного редактора журнала «Профиль» Е. Моисеевым. 2014. Дек.