



Шкондин Михаил Васильевич

доктор филологических наук, профессор,
факультет журналистики,
Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова,
125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9,
e-mail: skond@mail.ru

Mikhail V. Shkondin

Dr. in Philol., Professor,
Lomonosov Moscow State University,
9 Mokhovaya St., 125009, Moscow, Russian Federation,
e-mail: skond@mail.ru



Демина Ирина Николаевна

доктор экономических наук, профессор,
декан факультета журналистики,
Байкальский государственный университет
экономики и права,
664003, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Ленина, 11,
e-mail: demina-in@isea.ru

Irina N. Demina

Dr. in Econ., Professor, Dean of the Faculty of Journalism,
Baikal State University of Economics and Law,
11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation,
e-mail: demina-in@isea.ru

**МЕДИАСИСТЕМА:
АСПЕКТЫ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

(Рецензия на книгу: Медиасистема России: учеб. пособие
для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой.
М.: Аспект Пресс, 2015. 384 с.)

**MEDIA SYSTEM:
ASPECTS OF SYNERGETIC ANALYSIS**
(Book Review: Vartanova E. L. (ed.). Media system in Russia.
Moscow, Aspect Press, 2015. 384 p.)



В условиях стремительного возрастания роли информации, информационного потенциала общества в российском социуме возникает необходимость в существенной актуализации всех основных компонен-

тов медиасистемы, в расширении их возможностей предоставления массовой аудитории необходимой совокупности знаниевых, аксиологических и проективно-поведенческих ресурсов. Медиакартина мира,

отражаемая в сознании аудитории, должна располагать таким информационным потенциалом, который позволяет личности, различным социальным общностям удовлетворять в полной мере свои потребности в информации и на этой основе активно, продуктивно и согласованно участвовать в процессах освоения и преобразования мира на пути общественного прогресса.

Ставя перед собой задачу исследования медиасистемы в рамках синергетического подхода, коллектив авторов вышедшей недавно книги «Медиасистема России»¹ строго следует его требованиям.

В книге подчеркивается, что медиасистема представляет собой сложный системный объект, который активно взаимодействует со средой, используя потенциал этой среды для своего полноценного функционирования и развития. Речь идет прежде всего о различных медийных подсистемах, в том числе об информационной, которая должна вбирать в себя все важнейшие знаниевые, аксиологические и проективно-поведенческие ресурсы общества и мирового сообщества в целом. И редакционная подсистема должна представлять собой широкую редакционную организацию, объединяющую всех творчески активных представителей из сферы духовного производства, а также сфер управления, экономики, политики и др. Организационная подсистема призвана включать в себя не только редакционный менеджмент, но и широкую систему информационной политики и управления, систему правового регулирования СМИ, органы законодательной, исполнитель-

ной и судебной власти, осуществляющие организацию медиасистемы. Аудиторная подсистема не должна ограничивать себя узким кругом социальных субъектов, составляющих лишь малую часть потенциальной аудитории, ограничивая тем самым отдельным социальным пространством возможность быть публичным медиапространством, располагать информационным потенциалом свой информационный потенциал для согласованной и продуктивной деятельности в системе общественного разделения труда.

Авторы книги справедливо включают в медиасистему ее технические и экономические ресурсы, анализируют в работе влияние развивающихся социальных сетей, интернет-порталов, мобильных средств на ее функциональные и структурные характеристики.

В работе исследуется активное влияние на российскую медиасистему политической и экономической сфер общества, сферы духовного производства, характеризуются факторы, ведущие к политизации и коммерциализации средств массовой информации. Отмечается, что политизация и коммерциализация СМИ искажают медиакартину мира в сознании массовой аудитории. При этом отмечается необходимость подлинной публичности политики и экономики и необходимость широкого участия в информационных взаимодействиях с властью и капиталом гражданского общества, различных групп общественности — этнических, региональных, конфессиональных, социальных и других, в том числе основанных на современных процессах разделения труда.

Как отмечается в книге, общемировые тенденции, в том числе глобализации, сказываются на характере отечественной медиасистемы, но в

¹ Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 384 с.

неменьшей степени на нее влияют особенности отечественной истории, политической культуры, этнической структуры общества, этических представлений и многие другие национально детерминированные черты (С. 24).

Основными факторами влияния среды на медиасистему авторы называют следующие:

- география страны, размер территории, климат, принципы административно-территориального устройства;

- многонациональность, полиэтничность общества;

- экономическое развитие страны, определяющее объем медиакапитала;

- различия в культуре, языке, религии;

- особенности политического режима (С. 20).

В центре внимания книги характер целостности медиасистемы, которая рассматривается авторами как интегративный результат взаимодействия ее подсистем. В процессе непрерывного информационного взаимодействия социальных субъектов, создающих и осваивающих массовую информацию, рождается, обогащается и обновляется информационный потенциал общества, который затем медиакартиной мира отражается в сознании массовой аудитории.

Большое внимание уделяют исследователи функциональной целостности медиасистемы, рассматривая эту целостность как интегративную совокупность функций редакционного менеджмента, журналистской творческой деятельности, а также функций различных социальных институтов, которые посредством медиасистемы реализуют многие свои целевые программы. Авторы книги подчеркивают, что медиасистема несет ответственность

перед обществом за отражение в полном объеме информационного потенциала каждого социального субъекта различных видов социальной деятельности, в том числе по теоретическому, художественному, духовно-практическому освоению ими условий жизни общества. Она ответственна за полноценное информационное взаимодействие, общение между всеми видами и субъектами социальной активности.

По мысли авторов, функциональная целостность медиасистемы обеспечивает реализацию, соответствующую актуализацию ее различных функций. Основой функциональной организованности медиасистемы выступает редакционный менеджмент, который обеспечивает оптимальное осуществление всех стадий управленческого цикла по отношению ко всем процессам сбора, обработки, распределения и распространения публикуемой информации. В ее задачу как организатора массового информационного процесса входит актуализация функций журналистики как творческой деятельности, а также актуализация коммуникативных функций различных субъектов социальной деятельности: научной, образовательной, политической, экономической и иной. Реализация функций рекламы и PR также в значительной степени осуществляется через медиасистему, и характер этой деятельности исследуется в отдельных главах книги.

Существенным научным достижением работы является характеристика структуры медиасистемы. Исследователи исходят из того, что структура «служит» функциям медиасистемы, и что она является основой медиапространства, рождаемого в процессе структурной организации медиасистемы, выступая не только способом связи компонентов меди-

асистемы, но и средством актуализации каждого из системных компонентов (подсистем).

Большой интерес исследователей вызывает характеристика в книге медиапространства как интегративной целостности медиасистемы, как нового интегративного свойства ее, возникающего в процессе взаимодействия структурно-функциональных составляющих. Исследуя системные концепции, содержащиеся в работе, мы видим, что исследователи делают различия между понятиями медиасистемы и медиаструктуры. Это важный концепт аргументируется тем, что медиасистема — это совокупность компонентов, взаимодействие которых рождает новые интегративные качества системы как единого целого. Одним из таких качеств и является медиаструктура как способ связи компонентов системы, как ее строение. Без нее невозможна организованность системы.

Медиапространство — это структурное образование, которое служит тому, чтобы обеспечить актуализацию различных потенциальных качеств компонентов системы. И они могут быть актуализированы только в том случае, если в каждом отдельном социальном пространстве на основе медийных структур создаются отношения открытости, публичности между социальными субъектами, входящими в это пространство.

Медиапространство — это интегральная медиаструктура, которая не ограничивается структурой совокупности редакций, а охватывает собой не только взаимодействующие между собой компоненты медиасистемы, но и значительную часть их среды. В этот всеохватывающий массовый информационный комплекс вовлекается вся совокупность потенциальных субъектов массового информационного процесса: про-

изводителей и распространителей духовных, информационных продуктов, составляющих основу информационного потенциала общества. В него также входят те, кто осваивает информационный потенциал общества, взаимодействуя с теми, кто производит и распространяет массовую информацию. Иными словами, все социальные субъекты, активно и плодотворно участвующие в сферах духовно-теоретической, эстетической, духовно-практической и практической деятельности, становятся как потенциальными, так и реальными участниками процессов информационного взаимодействия, осуществляемого посредством медиасистемы. Медиапространство не только сеть информационных отношений. Это также отношения экономические, правовые, организационные по поводу осуществления массовой информационной деятельности, охватывающий процесс производства, распространения и потребления массовой информации.

Функциональная целостность медиасистемы основывается на функциональной целостности способов освоения мира: духовного, практического и духовно-практического¹. В структуре медиасистемы это проявляется в существовании и развитии таких структур:

- научные, научно-популярные, образовательные СМИ, способствующие духовному освоению мира человеком;
- корпоративные, деловые, рекламные СМИ (практическое освоение, социальный опыт, социальный капитал);
- общественно-политические, агитационно-пропагандистские, ин-

¹ О способах освоения мира человеком см.: <http://nastya-may5.narod.ru/index/0-20>

формационно-событийные и др. СМИ (духовно-практическое освоение).

Типологическая структура СМИ характеризуется в работе как оптимизированное медиапространство, существующее в рамках глобального, национального, регионального или любого другого социального пространства, где возникают публичная медиасфера, информационные отношения между субъектами производства, распространения и потребления массовой информации. Характеризуя дифференциацию типологической структуры медиасистемы, авторы исходят из признаков, определяемых характером аудитории, ее информационных потребностей, а также исходя из функциональной, тематической, технологической, экономической и других моделей медиасистемы (См. гл. 4–7).

В книге исследуется степень оптимизации медиасистемы России и характер ее участия в производстве, распространении и освоении информационного потенциала общества. В решении этих проблем, отмечается в первой главе издания, российская медиасистема опирается как на общемировые закономерности и тенденции, так и на национальную специфику, стараясь сочетать национальное и глобальное (С. 28).

Авторы отмечают доминирование в этих процессах общедоступных эфирных федеральных телеканалов, которые особенно преуспели в освещении общенациональной политики и в массовых развлечениях. Отмечается также роль региональных печатных и эфирных СМИ в удовлетворении информационных запросов местных аудиторий. Характеризуется позитивная роль новых медиа (онлайн-СМИ, социальные сети), формирующих корпоративные, альтернативные повестки дня, на тематических, специализированных про-

граммах сосредоточивают внимание аудитории незфирные платные телеканалы. Вместе с тем печатная периодика заметно ослабила свои позиции в общенациональной публичной сфере несмотря на определенные успехи еженедельников и журнальных изданий (С. 26).

Книга «Медиасистема России» содержит широкий круг глав, в которых:

- дана характеристика системных закономерностей средств массовой информации и механизма их реализации (Гл. 1);

- выявлены основы правового регулирования СМИ в России (Гл. 3);

- изучена аудитория российских СМИ (Гл. 14);

- охарактеризованы исторические этапы развития отечественной медиасистемы (Гл. 2);

- дан структурный анализ отечественной медиаиндустрии (Гл. 13);

- содержится типологическая характеристика отечественных систем телевидения, радиовещания, печати, онлайн-СМИ, информационных агентств (Гл. 4–8);

- определен характер взаимодействия медиасистемы с рекламой и PR (Гл. 9, 10);

- исследованы особенности взаимодействия киноиндустрии с медиасистемой (гл. 11).

Издание завершают приложения:

Таблица 1. Законодательство в сфере СМИ в Российской Федерации (1991–2015).

Таблица 2. Основные документы в сфере саморегулирования СМИ в России.

Таблица 3. Перечень организаций, регулирующих деятельность СМИ в РФ.

Таблица 4. Крупнейшие медиапредприятия России.

Изучение отечественной медиасистемы и медиасистем других

государств — важное направление медийных исследований в России. Существует множество нерешенных проблем в изучении системных закономерностей СМИ и механизмов реализации этих закономерностей. Предстоит комплексный анализ проблем целостности медиасистемы, ее функциональных, структурных, коммуникативных, организационных аспектов. В современных условиях исключительно важное значение приобретает оптимизация медиасистемы как составной части инфосферы, как одного из основных факторов формирования, обогащения, обнов-

ления информационного потенциала общества и его освоения массовой аудиторией.

Важным шагом на этом пути стало издание книги «Медиасистема России», которая подводит итог многим обстоятельным исследованиям, проведенным в течение последних лет на факультете журналистики Московского университета. Она сыграет существенную роль в осуществлении научного поиска в данном проблемно-тематическом направлении, а также в профессиональной подготовке будущих журналистов, проходящих обучение в вузах России.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Шкондин М. В. Медиасистема: аспекты синергетического анализа / М. В. Шкондин, И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4, № 4. — С. 456–461. — DOI : [10.17150/2308-6203.2015.4\(4\).456-461](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2015.4(4).456-461). — Рец. на кн. : Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 384 с.

REFERENCE TO ARTICLE

Shkondin M. V., Demina I. N. Media system: aspects of synergetic analysis. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2015, vol. 4, no. 4, pp. 456–461. DOI: [10.17150/2308-6203.2015.4\(4\).456-461](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2015.4(4).456-461). (In Russian).