



**Демина Ирина Николаевна**

доктор экономических наук, профессор,  
декан факультета журналистики,  
Байкальский государственный университет,  
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,  
11 Lenin St., 664003, Irkutsk, Russian Federation,  
e-mail: demina-in@isea.ru



**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

## СИНЕРГЕТИКА И ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ: АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАСИСТЕМЫ

**Аннотация.** Статья посвящена 85-летию со дня рождения известного ученого, доктора филологических наук, профессора Е. П. Прохорова. В ней характеризуется современный этап развития медийных исследований журналистики как системного объекта, как предмета синергетического изучения. На базе научных концепций этого видного специалиста анализируются основные категории системного, синергетического подхода, применяемые в исследованиях Е. П. Прохорова и его последователей. Это целостность медиасистемы, ее функциональные и структурные особенности, а также такие понятия, как информационный потенциал общества, медиaprостранство и др. В статье также рассматриваются принципы журналистики, предложенные Е. П. Прохоровым. Рассмотрены страты медиасистемы как системы медиапредприятий и экономической журналистики. Делается вывод о дальнейшем использовании трудов Е. П. Прохорова в современных и будущих медиаисследованиях как повода для дискуссии и в качестве методологического подхода.

**Ключевые слова.** Синергетика, системный подход, медиасистема, медиaprостранство, информационный потенциал общества, целостность медиасистемы.

**Информация о статье.** Дата поступления 9 ноября 2015 г.; дата принятия к печати 25 ноября 2015 г.; дата онлайн-размещения 29 января 2016 г.

## SYNERGETICS AND THEORY OF JOURNALISM: ASPECTS OF RESEARCH OF MEDIA SYSTEMS

**Abstract.** The article is devoted to the 85 anniversary from the birthday of a famous scientist, Doctor in Philology, Professor E. P. Prokhorov. It characterizes the modern stage of development of media research of journalism as a sistem object, as an object of synergetic learning. On the basis of scientific concepts of this prominent specialist it analyzes the basic category of systematic, synergetic approach, used in studies by E. P. Prokhorov and his followers. It is the integrity of media system, its functional and structural features, as well as concepts such as informational potential of the society, the media, etc. The article also examines the principles of journalism, proposed by E. P. Prokhorov. It considered the strata of the media system as a system of media companies and economic journalism. The conclusion is made about the future use of the works of E. P. Prokhorov in modern and future media researches as a matter of argument and as a methodological approach.

**Keywords.** Synergetic, system approach, media system, media space, information potential of society, integrity of media system.

**Article info.** Received November 9, 2015; accepted November 25, 2015; available online January 29, 2016.

Медийные исследования и в наши дни продолжают находить себе опору в работах доктора филологических наук, профессора Е. П. Прохорова<sup>1</sup>. Мы хотим остановиться лишь на некоторых аспектах, подтверждающих это суждение. Сейчас в медийных исследованиях все в большей степени приходит осознание необходимости активного применения синергетического подхода в изучении журналистики. Эта объективная тенденция связана с возрастанием роли информации в жизни общества. Информация, по мнению ученых, обретает в современных условиях такое же важное значение, как и природная, экономическая и техническая сферы.

Е. П. Прохоров уже довольно длительное время использовал системный подход, а затем и синергетику в своем творчестве. Он один из первых стал рассматривать журналистику как системный объект. Достаточно вспомнить для этого самые

первые выпуски его книги «Введение в теорию журналистики», выдержавшую в дальнейшем добрый десяток переизданий [1].

Вышедшая в 2015 г. книга «Медиа-система России», под редакцией Е. Л. Вартановой, показывает продуктивность такого подхода [2]. Идея системного подхода была также использована при публикации ряда грифованных учебных изданий, вышедших под редакцией Я. Н. Засурского и Е. Л. Вартановой на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова [3]. Системно-синергетический подход широко используется учеными-журналистами Московского, Санкт-Петербургского, Воронежского, Уральского, Байкальского и ряда других университетов [4–19].

Системно-синергетический подход содержит в себе целый ряд требований. Одно из главных — необходимость выявления целостности системного объекта.

Е. П. Прохоров много сделал для того, чтобы целостность журналистики проявилась, осозналась в полной мере. Для этого им актив-

<sup>1</sup> Статья посвящена 85-летию со дня рождения Е. П. Прохорова.

но использовались понятия массовая информационная деятельность, массовая информация, массовая коммуникация. Субъектами этой деятельности, по его мнению, должны прежде всего выступать создатели и потребители массовой информации, носящие представительный характер по отношению к различным видам социальной деятельности — духовно-теоретической (наука, культура), духовно-практической (управление, образование, воспитание), практической (производство, обращение, потребление и др.).

Целостность системы предусматривает участие всех ее частей в создании единого интегрального результата взаимодействия всех компонентов системы. Этим результатом Е. П. Прохоров видел массовую информацию, осваиваемую массовой аудиторией [1]. В развитие этих идей сейчас все активнее используется понятие информационного потенциала общества, который призван отразить интеллектуальный потенциал социума, вбирающий в себя креативные духовные продукты из сфер духовного и материального производства, помогая обновлять, обогащать информационный потенциал массовой аудитории. Все большее внимание уделяется понятию медиакартины мира, которая в сознании массовой аудитории накапливает, обогащает и обновляет знаниевые, аксиологические и проективно-поведенческие ресурсы [14; 20–27].

Исследуя возможности синергетики в совершенствовании парадигмы медийных исследований, Е. П. Прохоров в своей статье «Идеи синергетики и методология журналистики» отмечал роль журналистики как **открытой** системы. Он писал, что «именно журналистика является открытой системой во многих своих составляющих, и эта идея синерге-

тики... может привести важный акцент в методологические подходы СМИ» [27, с. 18]. Системные свойства, писал он, присущи самым разным предметным областям журналистики. Ей присуща и открытость, но она невозможна без постоянного и разностороннего взаимодействия с другими системами [27, с. 18].

И это действительно так. Если говорить о журналистике как о творческой деятельности, то ей необходимо постоянно взаимодействовать с наукой и искусством. Наука осуществляет теоретическое освоение мира, искусство — художественное. Но актуальные явления действительности — это не только действующие в них закономерности, которые открывает наука. Это не только художественные образы, которые создает искусство. А кто дает аудитории возможность освоить текущую составляющую, изменчивость в актуальных общественных явлениях на уровне единичного, документального, фактического? Созданием текущей картины действительности, ее изменчивости (тоже важная категория, которую отмечает Е. П. Прохоров) и отражением ее в медиакартине мира, осваиваемой аудиторией в процессе каждодневных изменений, призвана журналистика. Эта картина — каждодневный духовный продукт журналистики, который она создает в содружестве с представителями различных социальных групп, включенных в массовый информационный процесс.

Другой стороной открытости журналистики является ее доступность как источника информации и как средства ее включения в массовый информационный процесс, в процесс формирования медиаконтента, а затем и медиакартины действительности в сознании аудитории. Это не только взаимодействие

журналистики с другими системами, но и их взаимодействие между собой, в том числе как представителями духовной, духовно-практической и практической деятельности. Как взаимодействие между теорией и практикой, государством и его гражданами. Общественный диалог в СМИ — одно из главных проявлений открытости журналистики. Он — в широком проявлении процессов изменчивости и устойчивости действительности в содержании осваиваемой аудиторией массовой информации [9; 27; 29–32].

Не менее важны суждения Е. П. Прохорова о такой синергетической категории, как **неравновесность** системы. Он пишет, что **неравновесность** системы прямо связана и с ее собственными особенностями, и с неравновесностью среды [28; 33; 34]. Действительно, если мы будем рассматривать процесс формирования информационного потенциала общества, то он в значительной степени зависит от того, какими духовными продуктами снабдит его интеллектуальный потенциал общества, какие новые результаты получены в сферах науки, искусства, управления, экономической практики и др. Да и само журналистское творчество во многом зависит не только от журналистов-профессионалов, но и от той редакционной организации в рамках СМИ, которая вбирает в себя широкий авторский актив.

Если проанализировать на этот предмет различные компоненты медиасистемы, например, экономическую, технологическую, организационную подсистемы, то мы прекрасно знаем, какую неравновесность медиасистемы может вызывать уровень, например, развития экономики страны, ее материально-технической базы, системы организации общества.

Труды Е. П. Прохорова помогают современным исследователям в значительной мере определить характер целостности медиасистемы.

Массовое взаимодействие в обществе создается медиасистемой не только для массового общения, но и для того, чтобы в ходе этого общения осуществлялись производство и освоение информационного потенциала общества, а именно:

– познание объективных условий жизни общества и усвоение результатов этого познания всем социумом, различными общественными группами, всеми участниками социальных действий (познавательная деятельность на основе знаний ресурсов);

– формирование социальных позиций, оценок по отношению к процессам, протекающим в природе и обществе. Отражение экономических и других общественных отношений в форме политических, правовых, нравственных, эстетических, философских представлений, установок, норм ценностей (социально-ориентационная деятельность);

– формирование и реализация проектов изменения материальной и духовной реальности, выработка и реализация единых целей, планов, программ, способов согласованных совместных действий членов общества в тех или иных видах практической, духовно-практической и духовно-теоретической деятельности (организация и самоорганизация). [3, с. 168].

Формируемые в масштабе всего общества массовые коммуникации, информационные отношения обеспечивают целостный характер СМИ, если они:

– удовлетворяют информационные потребности личности, различных общественных групп и организаций, содействуя их активному

участию в процессах экономической, политической и культурной жизни, во всех проявлениях жизнедеятельности общества;

– способствуют взаимодействию, сотрудничеству, координации и разделению труда между ними на основе совместно формируемых моделей поведения каждого социального субъекта;

– объективно и полно отражают условия жизни общества, продукты практической, духовной и духовно-практической деятельности людей, которые обогащают общественное сознание и оптимизируют процессы познавательной, ценностно-ориентационной и практической деятельности в масштабах всего общества и различных общественных групп;

– собирают, производят и распространяют информацию в соответствии с динамикой общественно-го развития;

– привлекают к производству информации все творчески активные силы, которые служат общественному прогрессу, создают и обогащают духовный потенциал общества;

– используют для массового информационного процесса современные информационные и коммуникационные технологии и др. [3, с. 165].

Целостный характер СМИ дает следующие *интегральные результаты*:

– обеспечивает информационное взаимодействие *всех участников социальной деятельности*, осуществляемой в обществе;

– создает для каждого из них возможность адекватно и полно осознавать условия своего существования как личности, гражданина, члена той или иной социальной группы, организации, формировать свою позицию, свою модель поведения;

– формирует информационные механизмы и процессы непрерывного перехода индивидуальных духовных продуктов в общественное достояние, в содержание общественного сознания. Оно включает различные уровни сознания (теоретическое и обыденное, идеологию и общественную психологию), различные формы сознания (политическое и правовое сознание, мораль, религию, искусство, науку), а также различные его состояния (общественное мнение, общественное настроение и др.);

– создается информационное взаимодействие внутри каждого вида деятельности в обществе — практической, духовной и духовно-практической, а также между ними, способствующее регулированию процессов совместных действий индивидов, различных групп, организаций, адекватных изменяющимся условиям жизни общества [3, с. 166].

Неоспорим вклад Е. П. Прохорова в исследование **функциональной модели журналистики**. Существенным прорывом в медийных исследованиях стало выявление Е. П. Прохоровым интегративной функции журналистики, заключающейся в **«адекватном информационном обеспечении жизнедеятельности массовой аудитории и социальных институтов в соответствии с их информационными потребностями** [1]. Правда, Е. П. Прохоров называет выделенное им функциональное образование предназначением журналистики. Но в системном аспекте это выглядит как интеграл всего функционального множества. Ведь в системе, по Сертрову, функция — это такое отношение части (журналистики в нашем случае) к целому (обществу), когда само существование или какой-либо вид проявления части обеспечивает какую-либо форму целого [26].

К тому же, одно из основных требований системного подхода состоит в том, чтобы определить **функцию** системы [35; 36]. Важно отметить, что свои суждения об интегративной функции высказывали в это время и другие ученые. Так, С. Г. Корконосенко видит роль журналистики в регулирующем и преобразующем воздействии на социальную практику в соответствии с актуальными общественными интересами и задачами социального прогресса [11, с. 63].

Характеризуя интегративную функцию журналистики, Е. П. Прохоров исходил также из понимания и других категорий синергетики, в частности **организации и самоорганизации**. Размышляя о категории хаоса, он отмечал, что медиасистема может быть организована и дезорганизована. Последнее, считал он, ведет к хаосу и даже к исчезновению системы [37; 38].

Е. П. Прохоров исследовал организующую роль журналистики в реализации ее различных функций, а также коммуникативных функций различных субъектов социальной деятельности, взаимодействующих со СМИ. Он отмечал, что в массовом информационном процессе реализуются не только функции журналистики как творческой деятельности, но и коммуникативные функции различных субъектов социальной деятельности — науки, искусства, экономики, политики, образования и других сфер социальной деятельности, связанных с освоением и преобразованием мира.

В этой связи неизмеримо возрастает ответственность журналистики перед обществом как целостным образованием такой его части, как инфосфера и ее важнейшего компонента — медиасистемы [34; 37]. Суть этой ответственности у медиасистемы состоит в том, что она призвана

не только быть одним из основных коллективных субъектов производства массовой информации, но и быть одним из основных **организаторов** массового информационного процесса.

Журналистика, медиасистема берут на себя одну из важнейших функций общества: обеспечить информационное взаимодействие между социальными субъектами в системе общественного разделения труда, опосредованное медийными средствами. Взаимодействия, способствующего согласованной деятельности по освоению и преобразованию мира на пути цивилизационного развития. Особенно важное значение приобретают взаимодействия между участниками теоретического, художественного освоения мира (наука, искусство), духовно-практического (образование, воспитание, управление) и практического освоения мира (производство, потребление и др.).

Возникающий при этом общественный диалог [27], осуществляемый посредством медиасистемы, призван обеспечить **публичность** всех значительных социальных пространств, возникающих в системе общественного разделения труда: национального, территориального, производственно-экономического и др. Находящиеся в нем социальные общности постоянно испытывают потребность в информации, обеспечивающей их участие в социальной жизни общества и данной социальной общности. Осваивая информационный потенциал общества, различных социальных групп, массовая аудитория непрерывно осваивает ту часть информационного потенциала общества, которая удовлетворяет ее информационные потребности, связанные с характером их участия в познавательных, образовательных,

аксиологических и других процессах духовного и материального производства.

Конечно, потребности личности, различных социальных общностей не могут быть удовлетворены полностью, поскольку знаниевые, аксиологические, проективно-поведенческие ресурсы, усваиваемые ею и создающие в сознании медиакартину мира, не всегда полностью адекватны условиям жизни общества.

Критерием оптимального информационного потенциала общества является его адекватность условиям жизни общества и новым возможностям, которые постоянно открываются в процессах познавательной и практической деятельности. Поэтому объективное условие при формировании информационного потенциала общества — оптимальное взаимодействие медиасистемы с участниками различных видов социальной деятельности. Другое дело, если представители науки, образования, искусства, публицистики, политики, отраслей практической деятельности действуют малопродуктивно в своих сферах.

Медиасистема как сложно организованный объект должна отвечать требованиям системного подхода:

– сохранять целостный характер, формируя информационный потенциал общества на основе сотрудничества с творчески активными силами общества из сфер духовно-теоретической (наука, искусство, журналистика как творчество), духовно-практической (образование, управление, воспитание) и практической (производство, потребление и др.) деятельности. Она способствует освоению этого потенциала личностью, различными социальными общностями и их организациями в рамках создаваемого медиaproстранства, обеспечивая массовое

общение, информационное взаимодействие для всех членов общества на основе принципа публичности;

– располагать совокупностью компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих медиасистеме закономерностей;

– быть функционально целостной системой: иметь необходимый набор функций и так их реализовывать, чтобы удовлетворить информационные потребности личности, различных групп населения, общества в целом.

– структура как способ связи компонентов должна располагать такой совокупностью различных газет, журналов, программ теле-, радио, которые могут способствовать выполнению этих функций;

СМИ должны быть организованной системой, действующей в соответствии с развитием условий жизни общества, иметь для этого необходимые организационные отношения между участниками массовой информационной деятельности (отношения координации, дисциплины, ответственности и др.). Для осуществления организационных процессов необходимы соответствующие административно-управленческие структуры в составе редакций, издательств и др. [3].

На основе системных закономерностей журналистики, исследованных Е. П. Прохоровым, сформулирован целый ряд принципов медиасистемы, в том числе следующие:

1. *Принцип целостности системы СМИ.* В условиях общественной трансформации тип коммуникативных отношений по целому ряду параметров пока не соответствует требованиям становления демократического общественного устройства, информационного общества,

адекватно общественным потребностям, условиям жизни общества.

2. *Принцип единства системы СМИ и ее среды.* Так, развитие материального и духовного потенциала общества пока недостаточно активно влияет на преобразования в информационном потенциале общества, в редакционной, организационной, технической, экономической подсистемах СМИ. Духовный потенциал общества, накопленный в сферах науки, искусства, образования, воспитания, управления, пока слабо отражается в содержании СМИ.

3. *Принцип дифференциации и интеграции СМИ в соответствии с информационными потребностями личности и общества, гражданина и государства, различных групп участников духовной, духовно-практической и практической деятельности.*

4. *Принцип структурно-функциональной идентичности.* Структура должна «служить» функциям системы СМИ. Вместе с тем часто структура отстает от процессов развития и актуализации функций. Например, аналитических, информационных. С другой стороны, существует структурно-функциональная «гиперболизация» (например, развлекательные издания и программы).

5. *Принцип дифференциации СМИ в соответствии с процессами общественного разделения труда, развития различных видов духовной, духовно-практической и практической деятельности.* В том числе в соответствии с развитием территориального разделения труда и образованием различных территориальных общностей.

Существенным прорывом в науке было исследование Е. П. Прохоровым **информационного пространства**, создаваемого медийными средствами [38]. Оно по сути определяется им как структурно-ком-

муникативный аспект целостности медиасистемы. Это, конечно, промежуточный интегративный результат, но он крайне необходим для реализации всего букета функций журналистики, объединяемых интегративной функцией.

Особенно важное значение Е. П. Прохоров придавал медиaproстранству в решении проблем оптимизации медиасистемы. Оптимальная структура объединяет компоненты медиасистемы в единый взаимодействующий механизм, который должен актуализировать тот потенциал, который заложен в каждом компоненте медиасистемы. Исследователь считал, что без оптимального медиaproстранства социальные субъекты не могут стать публичными субъектами, так как не будет действовать взаимодействие категорий «цель», «средство», «результат».

Медиaproстранство пронизывает каждое социальное пространство широкой совокупностью информационных, правовых, экономических, организационных отношений, связанных с функционированием медиасистемы, и становится механизмом непрерывного взаимодействия между социальными субъектами как в масштабе всей страны, так и в отдельных социальных пространствах, создаваемых на основе общественного разделения труда: территориальных, этнических, профессиональных, производственно-отраслевых и др. Оно становится коммуникативной основой широкого участия всех членов общества в механизмах создания, обновления, обогащения информационного потенциала общества и его освоения, удовлетворяющего информационные потребности социума в освоении и преобразовании мира.

Научные представления Е. П. Прохорова тесно связаны и с эконо-



мической подсистемой СМИ. Их можно рассматривать как источник медиаисследований в других отраслях. Например, очень много можно подчеркнуть из учения Евгения Павловича экономисту. Так, медиасистему можно рассматривать по разным стратам. Одной из страт медиасистемы является система медиапредприятий, элементами и подсистемами которой рассматриваются не редакции средств массовой информации как социальные институты, а медиапредприятия и медиахолдинги как экономические субъекты. В этом случае мы рассматриваем рыночную деятельность медиа, полагая, что, кроме общественной деятельности, в рыночных условиях они вынуждены выполнять роль производственных единиц со всеми присущими подобным субъектам функциями, собственной стратегической целью (максимизация прибыли) и рассмотрением результатов своей деятельности как особого рода товара (медиапродукта).

При рассмотрении экономической страты медиасистемы экономисты должны выявить сферу деятельности СМИ. Можно утверждать, что средства массовой информации принадлежат к социальной сфере, а именно, к информационно-технологическому сектору в части информационной деятельности, целью которой является создание и распространение информации и предоставляют особого рода услуги для разных групп потребителей, следовательно, относятся к сфере услуг. По сравнению с любой другой информационной деятельностью продукцией средств массовой информации является не только создание и распространение информации как таковой, но и распространение мировоззрения и идеологии. Именно поэтому современные условия требуют формирования нового подхода

к управлению средствами массовой информации.

Средства массовой информации как каналы коммуникации и журналистика как деятельность является чрезвычайно сложным объектом при исследовании их экономистами, пожалуй, наиболее сложным из всех существующих, и здесь никак не обойтись без уже ставших классическими положений теории журналистики, разработанных Е. П. Прохоровым. Вот некоторые из методологических предпосылок, являющихся основой экономических исследований медиа.

1. Рассмотрение медиа как общественного института будут неполными без учета их экономической деятельности, особенно при нахождении оптимальной модели управления системой медиапредприятий.

2. На рынке действует не система средств массовой информации, а система медиапредприятий как совокупность субъектов рынка. При этом происходит взаимодействие и взаимопроникновение разных сфер деятельности СМИ (общественной и экономической), и только успешное функционирование медиапредприятия может обеспечить эффективное функционирование СМИ, что объясняется конкуренцией разных медиа на рынке, а значит, и разнообразных точек зрения на общественные процессы.

3. Компонентами системы СМИ выступают конкретные средства массовой информации (редакции печатных и аудиовизуальных СМИ). Компонентами системы медиапредприятий являются конкретные медиапредприятия, изучением которых должна заниматься уже не коммуникативистика, а экономика. Физически часто и сами СМИ, и медиапредприятия невозможно разделить: они просто представляют две стороны деятель-

ности медиа — экономическую и социальную, однако при этом подчиняются законам разным наук, и каждая из этих сторон обуславливает другую.

4. Медиа-система в России всегда обладала встроенными механизмами управления ею, однако эти механизмы (жесткое централизованное руководство) в настоящее время не могут обеспечивать оптимальное функционирование СМИ на рынке. Рассмотрение СМИ в качестве медиа-предприятий позволяет говорить об управлении их системой, следовательно, возможно построение модели такой системы (системы медиа-предприятий), определение целей, принципов, функций и методов управления ею.

5. Следовательно, одной из задач медиа-предприятия остается определение потребностей аудитории. Для медиа-предприятия это — вопрос его эффективной деятельности на рынке.

Медиа-предприятие по большому числу признаков является классическим предприятием, в то же время у него имеются значительные особенности в сфере деятельности, целях и средствах их достижения, принципах деятельности, а также в потребителях и отношениях с внешней средой.

Главной особенностью медиа-предприятия, вытекающей из теории журналистики, является то, что его экономические цели (извлечение и максимизация прибыли), во-первых, подчиняется более «высокой» цели (миссии) — выполнению средствами массовой информации социальных функций, что невозможно без достижения их независимости, во-вторых, являются практически единственным гарантом такой независимости. Свободы и независимости СМИ — тема отдельного размышления, мы здесь не будем касаться этого аспекта медиа.

Базой, от которой следует отталкиваться при построении модели

системы медиа-предприятий и определении концепции управления ею, является медиа-система, причем цели управления системой медиа-предприятий продиктованы целями и принципами функционирования медиа-системы и во многом совпадают. Существующие в настоящее время медиа-система и практика управления масс-медиа со стороны государства являются отражением и следствием господствовавших на протяжении многих лет принципов журналистики и теоретических воззрений на СМИ.

Интересно проследить за трансформацией **принципов журналистики**, полный перечень которых с обоснованием занимает немалое место в работах Е. П. Прохорова [1]. Принципами советской журналистики декларировались партийность, народность, объективность, действенность партийной и советской печати, а также идейность. Пресса являлась агитатором и пропагандистом линии партии, никакого плюрализма собственности на средства массовой информации, разумеется, не существовало.

На самом деле СМИ и в России, и на Западе ангажированы теми или другими политическими силами. Это связано, в том числе, и с экономическими интересами владельцев и менеджеров медиа.

Деполитизация средств массовой информации необходима для успешной деятельности медиа-предприятия на рынке. С другой стороны, концепция «учредителя», определяющего политическую направленность СМИ, что, в частности, препятствует успешной рыночной деятельности медиа-предприятия.

Еще одним принципом журналистики называют правдивость и объективность, которая предполагает максимально точное представление фактов жизни [1, с. 101].

На наш взгляд, объективность означает возможность озвучивания соперничающих взглядов на функционирование общества, отражения разнообразных точек зрения.

Объективность требует определенных нравственных качеств журналиста, редактора и выраженной позиции самого СМИ. Потребители медиа ожидают от СМИ объективности, а в этой связи честности и правдивости, поэтому, если говорить языком рынка, нравственные качества журналиста, и редактора, их лояльность становятся товаром. Рынок требует честности журналиста и объективности.

Следующим принципом Е. П. Прохоров называет действенность печати, подразумевая под ней высокую социальную результативность, глубокое влияние на положение дел в обществе. Действенность является в этом смысле синонимом термина «результативность», которая в свою очередь считается одной из главных проблем журналистики. Е. П. Прохоров отмечает, что под результативностью крайне редко подразумевается коммерческий успех, получение доходов от журналистской деятельности, хотя высокая социальная результативность создает предпосылки коммерческого успеха и гарантий от нежелательных воздействий [1, с. 267].

По нашему мнению, в условиях рынка действенность журналистики определенным образом связана с результативностью медиа как субъекта рынка, таким экономическим понятием, как эффективность. Кроме экономического, она имеет множество других аспектов — социальный, этический, юридический, и должна рассматриваться коммуникативистикой как метадисциплиной.

Наконец, еще одним принципом являлась идейность, которая воспринималась как борьба против инако-

мыслия. На наш взгляд, медиа должны предлагать выбор идей, чтобы общественность имела представление о том, какие партии существуют, какие идеи отстаивают и за что и почему борются. Рынок СМИ называют иногда рынком идей. В рыночных условиях идеи превращаются в особый товар.

Кроме названных, к принципам журналистики Е. П. Прохоров относит также патриотизм, интернационализм, гуманизм и демократизм [22]. Рынок средств массовой информации им несколько не противоречит.

В дальнейшем возможно изменение и дополнение указанного списка, однако, принимая во внимание преемственность деятельности масс-медиа, названные принципы являются основополагающими для деятельности медиапредприятия.

Системный подход к управлению системой медиапредприятий связан с решением практических проблем, стоящих перед медиасистемой и ее функционированием в медиасреде.

Еще одним аспектом исследования медиасистемы является изучение других страт медиасистемы, описывающих ее функционирование в экономической, политической, образовательной и других сферах. Так, медиакартина экономической жизни общества формируется стратой экономической журналистики в ряду других. В настоящее время происходит осмысление роли экономической журналистики в информационном взаимодействии субъектов, рассматриваемых как экономические агенты [39; 40].

Труды Е. П. Прохорова еще долгое время останутся источником дальнейших исследований медиасистемы в ее разнообразных стратах, будет ли это поводом для научных дискуссий либо основополагающим фундаментом для формирования моделей страт медиасистемы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 351 с.
2. Медиасистема России / под ред. Е. Л. Вартановой. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 384 с.
3. Средства массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского, Е. Л. Вартановой, М. В. Шкондина. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 391 с.
4. Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя / Е. Л. Вартанова. — М. : МедиаМир, 2015. — 136 с.
5. Вартанова Е. Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики / Е. Л. Вартанова. — М. : МедиаМир, 2013. — 278 с.
6. Вартанова Е. Л. Теория СМИ. Актуальные вопросы / Е. Л. Вартанова. — М. : МедиаМир, 2009. — 288 с.
7. Демина И. Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 172–181.
8. Демина И. Н. Экономическая коммуникация. Обоснование термина / И. Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2012. — № 1 (81). — С. 162–166.
9. Засурский Я. Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика 2008–2013 / Я. Н. Засурский. — М. : МедиаМир, 2013. — 296 с.
10. Коломиец В. П. Медиасоциология: теория и практика / В. П. Коломиец. — М. : НИПКЦ Восход-А, 2014. — 328 с.
11. Корконосенко С. Г. Теория журналистика: моделирование и применение / С. Г. Корконосенко. — М. : Логос, 2010. — 242 с.
12. Корконосенко С. Г. Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме / С. Г. Корконосенко // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2009. — № 2. — С. 31–50.
13. Лозовский Б. Н. Журналистика: профессиональные стандарты / Б. Н. Лозовский. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. ун-та, 2007. — 94 с.
14. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации / В. Д. Мансурова. — Барнаул : Изд-во Алт. гос. ун-та, 2002. — 237 с.
15. Рачков М. П. Наука и журналистика / М. П. Рачков. — М. : СВР-Медиапроекты, 2014. — 224 с.
16. Свитич Л. Г. Феномен журнализма / Л. Г. Свитич. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 252 с.
17. Смеюха В. В. Вопросы медиалогии / В. В. Смеюха. — Ростов н/Д : Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2013. — 324 с.
18. Суходолов А. П. Теория журналистики требует фундаментальных исследований / А. П. Суходолов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 1. — С. 14–21.
19. Фомичева И. Д. Читая книгу памяти / И. Д. Фомичева // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2014. — № 4. — С. 179–181.
20. Лазутина Г. В. Журналистский текст как знание оперативного назначения / Г. В. Лазутина // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2012. — № 5. — С. 50–59.
21. Параллели и меридианы медиапространства. К 85-летию Я. Н. Засурского. — М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. — 242 с.
22. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира / Г. Я. Солганик // Публицистика и информация в современном обществе. — М. : МГУ, 2000. — С. 14–15.
23. Соловьев И. В. О происхождении и содержании понятия «инфосфера». Инфосфера как объект исследования наукой об информации / И. В. Соловьев // Фундаментальные исследования. — 2013. — № 6–1. — С. 66–71.
24. Тertyчный А. А. Познание и характер знания в журналистике / А. А. Тertyчный // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 3. — С. 80–87.
25. Фролова Т. И. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество / Т. И. Фролова. — М. : МедиаМир, 2014. — 352 с.

26. Шкондин М. В. Информационный потенциал общества и концепты целостности медиасистемы / М. В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. — 2015. — Т. 4, № 4. — С. 335–348. — DOI : 10.17150/2308-6203.2015.4(4).335-348.
27. Шкондин М. В. Информационный потенциал общества и общественный диалог в российском медиапространстве / М. В. Шкондин // Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Ч. 1. — Ростов н/Д. : Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2015. — С. 8–17.
28. Прохоров Е. П. Идеи синергетики и методология журналистики / Е. П. Прохоров // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2009. — № 2. — С. 13–30.
29. Газеты средних и малых городов России / Л. Г. Свитич, О. В. Смирнова, А. А. Ширяева, М. В. Шкондин. — М. : Фак. журналистики МГУ, 2015. — 237 с.
30. Горохов В. М. Интегрированные социальные коммуникации в журналистике / В. М. Горохов, М. Г. Шилина // Меди@льманах. — 2014. — № 3. — С. 12–27.
31. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России / И. М. Дзялошинский. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 312 с.
32. Смирнова О. В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий / О. В. Смирнова // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 25–37.
33. Прохоров Е. П. Терминологический аппарат — понятийно-смысловой скелет науки / Е. П. Прохоров // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 2012. — № 1. — С. 27–38.
34. Прохоров Е. П. Исследуя журналистику / Е. П. Прохоров. — М. : РИП-Холдинг, 2006. — 201 с.
35. Афанасьев В. Г. Системность и общество / В. Г. Афанасьев. — М. : Политиздат, 1980. — 368 с.
36. Блауберг И. В. Становление и сущность системного подхода / И. В. Блауберг, Э. Г. Юдин. — М. : Наука, 1973. — 270 с.
37. Прохоров Е. П. Журналистская деонтология: итоги, проблемы, перспективы / Е. П. Прохоров // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 1997. — № 1. — С. 28–47.
38. Прохоров Е. П. Демократические пути формирования единого информационного пространства / Е. П. Прохоров // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. — 1999. — № 6. — С. 31–39.
39. Демина И. Н. Место научной дисциплины «Экономическая журналистика» в системе наук / И. Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 5 (79). — С. 215–219.
40. Демина И. Н. О сущности экономической массовой коммуникации / И. Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2012. — № 3 (83). — С. 175–179.

#### REFERENCES

1. Prokhorov E. P. *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to Journalism]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011. 351 p.
2. Vartanova E. L. (ed.). *Mediasistema Rossii* [Russian media system]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015. 384 p.
3. Zasurskii Ya. N., Vartanova E. L., Shkondin M. V. (eds). *Credstva masso-voi informatsii Rossii* [Russian media]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011. 391 p.
4. Vartanova E. L. *O sovremennykh media i zhurnalistike. Zametki issledovatelya* [On the contemporary media and journalism. Researcher's notes]. Moscow, MediaMir Publ., 2015. 136 p.
5. Vartanova E. L. *Postsovetskie transformatsii rossiiskikh SMI i zhurnalistiki* [The post-Soviet transformation of the Russian media and journalism]. Moscow, MediaMir Publ., 2013. 278 p.
6. Vartanova E. L. *Teoriya SMI. Aktual'nye voprosy* [The theory of the media. Topical issues]. Moscow, MediaMir Publ., 2009. 288 p.
7. Demina I. N. Methodological approaches to the mission and purpose of media system. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and practical issues of journalism*, 2013, no. 1, pp. 172–181. (In Russian).

8. Demina I. N. Economic communication. Substantiation of term. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii* = *Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2012, no. 1 (81), pp. 162–166. (In Russian).
9. Zasurskii Ya. N. *Kommunikatsiya v obshchestve znaniy. Rossiiskaya zhurnalistika 2008–2013* [Communication in the knowledge society. Russian journalism 2008–2013]. Moscow, MediaMir Publ., 2013. 296 p.
10. Kolomiets V. P. *Mediasotsiologiya: teoriya i praktika* [Media sociology: theory and practice]. Moscow, NIPK Ts Voskhod-A Publ., 2014. 328 p.
11. Korkonosenko S. G. *Teoriya zhurnalistiki: modelirovanie i primenenie* [The theory of journalism: modeling and application]. Moscow, Logos Publ., 2010. 242 c.
12. Korkonosenko S. G. The Essence of Journalism: Open to Understanding and Superior to Schemes. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* = *Moscow University Bulletin. Journalism*, 2009, no. 2, pp. 31–50. (In Russian).
13. Lozovskii B. N. *Zhurnalistika: professional'nye standarty* [Journalism: professional standards]. Ekaterinburg, Ural State University Publ., 2007. 94 p.
14. Mansurova V. D. *Zhurnalisticheskaya kartina mira kak faktor sotsial'noi determinatsii* [Journalistic picture of the world as a factor of social determination]. Barnaul, Altai State University Publ., 2002. 237 p.
15. Rachkov M. P. *Nauka i zhurnalistika* [Science and Journalism] Moscow, SVR-Mediaproekty Publ., 2014. 224 p.
16. Svitich L. G. *Fenomen zhurnalizma* [The phenomenon of journalism]. Moscow State University Publ., 2000. 252 p.
17. Smeyukha V. V. *Voprosy medialogii* [Issues of medialogia]. Rostov-on-Don, Rostov State Transport University Publ., 2013. 324 p.
18. Sukhodolov A. P. The theory of journalism demands basic scientific researches. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* = *Theoretical and practical issues of journalism*, 2012, no. 1, pp. 14–21. (In Russian).
19. Fomicheva I. D. Reading the Book of Memory... *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* = *Moscow University Bulletin. Journalism*, 2014, no. 4, pp. 179–181. (In Russian).
20. Lazutina G. V. Journalistic Text as an Operational Knowledge. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* = *Moscow University Bulletin. Journalism*, 2012, no. 5, pp. 50–59. (In Russian).
21. *Paralleli i meridiany mediaprostranstva. K 85-letiyu Ya. N. Zasurskogo* [The parallels and meridians of media space. On the 85th anniversary of the Y. N. Zasursky]. Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2014. 242 p.
22. Solganik G. Ya. Modern journalistic world picture. *Publitsistika i informatsiya v sovremennoy obshchestve* [Literature and information in modern society]. Lomonosov Moscow State University Publ., 2000, pp. 14–15. (In Russian).
23. Solov'ev I. V. On the origin and content of the concept infosphere. Infosphere as object of research of information science. *Fundamental'nye issledovaniya* = *Fundamental Research*, 2013, no. 6–1, pp. 66–71. (In Russian).
24. Tertychnyi A. A. Cognitions and the character of knowledge in journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* = *Theoretical and practical issues of journalism*, 2013, no. 3, pp. 80–87. (In Russian).
25. Frolova T. I. Gumanitarnaya povestka rossiiskikh SMI. *Zhurnalistika, chelovek, obshchestvo* [Humanitarian agenda of Russian media. Journalism, people, society]. Moscow, MediaMir Publ., 2014. 352 p.
26. Shkondin M. V. The information potential of society and concepts the integrity of the media system. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* = *Theoretical and practical issues of journalism*, 2015, vol. 4, no. 4, pp. 335–348. DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(4).335-348. (In Russian).
27. Shkondin M. V. Information society and the potential for social dialogue in the Russian media space. *Reklama i svyazi s obshchestvennost'yu: traditsii i innovatsii. Chast' 1* [Advertising and public relations: tradition and innovation. Pr. 1]. Rostov-on-Don, Rostov State Transport University Publ., 2015, pp. 8–17. (In Russian).

28. Prokhorov E. P. The Ideas of Synergy and Methodology of Journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Journalism*, 2009, no. 2, pp. 13–30. (In Russian).
29. Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryaeva A. A., Shkondin M. V. *Gazety srednikh i malykh gorodov Rossii* [Newspapers of Middle and Small Russian Towns]. Moscow, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2015. 237 p.
30. Gorokhov V. M., Shilina M. G. Integrated Social Communications in Journalism. *Medi@l' manakh = Medi@lmanah Journal*, 2014, no. 3, pp. 12–27. (In Russian).
31. Dzyaloshinskii I. M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern Russian media space]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015. 312 p.
32. Smirnova O. V. Print media strategies in the age of digital technologies. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Journalism*, 2013, no. 6, pp. 25–37. (In Russian).
33. Prokhorov E. P. Terminological Thesaurus: Conceptual Notional Skeleton of Science. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Journalism*, 2012, no. 1, pp. 27–38. (In Russian).
34. Prokhorov E. P. *Issleduya zhurnalistiku* [Studying journalism]. Moscow, RIP-Kholding Publ., 2006. 201 p.
35. Afanas'ev V. G. *Sistemnost' i obshchestvo* [Consistency and society]. Moscow, Politizdat Publ., 1980. 368 p.
36. Blaubergh I. V., Yudin E. G. *Stanovlenie i sushchnost' sistemnogo podkhoda* [Formation and nature of the system approach]. Moscow, Nauka Publ., 1973. 270 p.
37. Prokhorov E. P. Journalistic deontology: results, problems and prospects. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Journalism*, 1997, no. 1, pp. 28–47. (In Russian).
38. Prokhorov E. P. The democratic way of formation of a single information space. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Moscow University Bulletin. Journalism*, 1999, no. 6, pp. 31–39. (In Russian).
39. Demina I. N. Place of «economic journalism» science discipline in the system of sciences. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2011, no. 5 (79), pp. 215–219. (In Russian).
40. Demina I. N. About essence of economic mass communication. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2012, no. 3 (83), pp. 175–179. (In Russian).

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Демина И. Н. Синергетика и теория журналистики: аспекты исследования медиасистемы / И. Н. Демина, М. В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 1. — С. 14–28. — DOI : [10.17150/2308-6203.2016.5\(1\).14-28](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(1).14-28).

#### REFERENCE TO ARTICLE

Demina I. N., Shkondin M. V. Synergetics and theory of journalism: aspects of research of media systems. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 1, pp. 14–28. DOI: [10.17150/2308-6203.2016.5\(1\).14-28](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(1).14-28). (In Russian).