ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО. МЕДИАСРЕДА INFORMATION SPACE. MEDIA ENVIRONMENT

УДК 070.1

DOI 10.17150/2308-6203.2020.9(1).90-105

Владимирова Татьяна Николаевна

Доктор педагогических наук, доцент, проректор,
директор института

Институт журналистики, коммуникаций
и медиаобразования, Московский педагогический
государственный университет, 119991, г. Москва, ул. Малая
Пироговская, д. 1, стр. 1, e-mail: tn.vladimirova@mpgu.edu

Tatiana N. Vladimirova

Doct. habil. of Pedagogy, Associate Professor, Vice-rector, Director
Institute of Journalism, Communications and Media Education,
Moscow State Pedagogical University, 1/1 Malaya Pirogovskaya Str.,
Moscow, 119991, e-mail: tn.vladimirova@mpgu.edu

Панферова Валентина Васильевна

Кандидат философских наук, профессор

Кафедра коммуникационного менеджмента, рекламы и
связи с общественностью, Московский педагогический
государственный университет, 119991, г. Москва, ул. Малая
Пироговская, д. 1, стр. 1, e-mail: v.panferova@mail.ru

Valentina V. Panferova

PhD in Philosophy, Professor

Department of Communication Management, Advertising, and
Public Relations, Moscow State Pedagogical University, 1/1 Malaya
Pirogovskaya Str., Moscow, 119991, e-mail: v.panferova@mail.ru

Смирнова Ольга Владимировна

Кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой

Кафедра периодической печати, факультет
журналистики, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, 125009, г. Москва, ул. Моховая, 9,
e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Olga V. Smirnova

PhD in Philology, Associate Professor, Head of the Department
Department of Periodical Press, Faculty of Journalism, Lomonosov
Moscow State University, 9 Mokhovaya Str., Moscow, 125009,
e-mail: smirnova.olga@smi.msu.ru

Свитич Луиза Григорьевна

Доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник

Кафедра периодической печати, факультет
журналистики, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, 125009, г. Москва, ул. Моховая, 9,
e-mail: svitichb@yandex.ru

Luisa G. Svitich

Doct. habil. of Philology, Leading Research Associate
Department of Periodical Press, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya Str., Moscow,
125009, e-mail: svitichb@yandex.ru

Шкондин Михаил Васильевич

Доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник

Кафедра периодической печати, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 125009, Российская Федерация, г. Москва, ул. Моховая, 9, e-mail: skond@mail.ru

Mikhail V. Shkondin

Doct. habil. of Philology, Full Professor, Leading Research Associate
Department of Periodical Press, Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya Str., Moscow,
125009, e-mail: skond@mail.ru

ЖУРНАЛИСТИКА И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СИСТЕМНОМУ АНАЛИЗУ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье характеризуются системные факторы оптимизации российского медиапространства в процессе интеллектуализации социума. Исследуются критерии медиапубличности как совокупности информационных отношений между участниками этого процесса, обеспечивающего оптимальное интеллектуальное взаимодействие между экономическими, политическими, научными, образовательными, художественными и другими социальными реальностями. На основе системного и синергетического подходов изучается оптимальная модель информационного обеспечения свободы социального творчества на основе взаимодействия таких медийных реальностей, как публичный разум, авторская и аудиторная общности, редакционные и другие медийные организации, индустриальные технологии с системой социальной практики. В этом контексте на основе данных масштабного опроса журналистов региональных изданий анализируется мотивированность журналистского сообщества на то, чтобы выполнять свою общественную миссию по интеллектуализации общества. Журналистика призвана обновлять настоящее, вбирая в себя интеллектуальные ресурсы будущего и освобождая настоящее от устаревающих ресурсов прошлого. Для этого необходимо, чтобы интеллектуальный потенциал личности вбирал в себя все достижения интеллектуального потенциала общества, непрерывно обновляемого в процессе социального творчества участников практической деятельности. Результатом такого взаимодействия является интеллектуальная зрелость личности как участника социальной практики в системе общественного разделения труда, различных социальных общностей. Суть этого взаимодействия состоит в том, чтобы в результате публичного социального творчества реализовать постоянно обновляющийся в социальном творчестве интеллектуальный потенциал общества в публичном разуме участников социальной практики и на этой основе обеспечивать интеллектуальную зрелость личности, оптимизировать ее интеллектуальную культуру, а также интеллектуальную культуру различных общностей, систему целеполагания и целеосуществления, действующую в жизненном мире повседневности.

Ключевые слова. Журналистика, публичный разум, интеллектуальный потенциал общества, медиакартина мира, медиапространство, интеллектуальное взаимодействие.

Информация о статье. Дата поступления 26 декабря 2019 г.; дата принятия к печати 24 февраля 2020 г.; дата онлайн-размещения 23 марта 2020 г.

JOURNALISM AND INTELLECTUAL POTENTIAL OF SOCIETY: THEORETICAL APPROACHES TO SYSTEM ANALYSIS OF INTELLECTUAL INTERACTION IN MEDIA LANDSCAPE

Abstract. The article describes systemic factors of optimization of Russian media landscape in the context of the society's growing intellectual level. This process provides for the best possible intellectual interaction between economic, political, scientific, educational, artistic and other social layers. The authors deal with the criteria of media publicity as combination of informational relations between the participants of this process. Using systemic and synergetic approaches the authors also study an optimal model of informational support of freedom of social creative activities based on interaction of such media realities as public reason, writers' and audience' communities, editorial boards and other media organizations, and others. In this relation, they analyze how the commentariat is motivated to be on the mission of increasing the society's intellectual level.

The authors conclude that the purpose of intellectual interaction in the media landscape is repeat renewal of the society's intellectual potential via social creative activities. This provides the basis for intellectual maturity of each individual, which adds not only to development of intellectual culture of a person and that of various communities, but also to improvement of the current goal setting and achieving system.

Keywords. Journalism, public reason, intellectual potential of society, the media worldview, media landscape, intellectual interaction.

Article info. Received December 26, 2019; accepted February 24, 2020; available online March 23, 2020.

Интеллектуальное взаимодействие в медиапространстве: ключевые категории

Интеллектуальный потенциал современного российского общества непрерывно пополняется инновациями, которые умножают в жизненном мире повседневности совокупность знаниевых, аксиологических и поведенческих ресурсов. При этом необходимо учитывать то, что интеллект должен конвертироваться в продукт как материального, так и духовного

характера. В этом состоит одно из важных проявлений принципа единства сознания и деятельности [1; 2]. Медиапространство как структурное образование призвано обеспечивать оптимальное информационное взаимодействие. При этом зачастую и авторская, и аудиторная общности, составляющие медиапространство, в значительной мере отчуждены от процессов, происходящих в жизненном мире повседневности, в его экономической, политической, научной, художественной, образовательной и

других социальных реальностях, от процессов обеспечения свободы социального творчества [3–5].

Свобода социального творчества обеспечивает единство сознания и деятельности личности, а также коллективных участников социальной практики — различных общностей, институтов. Оптимальное информационное взаимодействие становится необходимым условием реализации права участников социальной практики на свободу творчества и публичное представление результатов своей творческой деятельности в форме произведений СМИ — текстовых, визуальных, аудио и видео. Под свободой творчества подразумевается свобода выражения идеи, мысли, чувства, оценки, а также право придания им публичности. Свобода социального творчества — это не только свобода творца, но и свобода того, кто принимает творение разума [6]. Д.С. Лихачев считал, что связь между ними — это со-творчество, без которого теряет свое значение и само творчество [7, с. 95]. Аудитория имеет право на самостоятельный выбор и свободный доступ к произведениям творчества. Она вносит свои представления, «свой контент» в создаваемую в ее сознании медиакартину, которая, в свою очередь, обновляет интеллектуальный общественный потенциал.

На наш взгляд, проявлениями свободы в медиапространстве представляются такие аспекты, как:

– обеспечение возможности субъектов социального творчества из различных социальных реальностей, владеющих различными способами освоения мира — духовно-теоретическим, духовно-практическим и практическим, активно влиять на общественный интеллект с це-

лью его обновления, обогащения на основе интеллектуальных ресурсов, создаваемых участниками социального творчества;

– обеспечение влияния этих ресурсов на социум посредством создания непрерывно обновляемой в сознании личности картины мира, а также последующего превращения потенциальной информации в реальную и оптимизации на этой основе интеллектуальной культуры личности, обеспечивающей единство действий всего общества и организованность отдельных действий в системе общественного разделения труда.

Необходимость *непрерывно осовременивать* свои интеллектуальные ресурсы [8] представляется безусловной для преодоления противоречий между старым и новым в социальной практике. При этом условии возможен эффективный процесс интеллектуализации на основе информационного взаимодействия между представителями экономических, политических, научных, художественных, образовательных и других социальных реальностей [9], различных способов освоения и преобразования мира: духовно-теоретического, духовно-практического и практического.

Таким образом, интеллектуальное взаимодействие в медиапространстве является процессом создания и непрерывного обновления публичного разума [10], его непрерывного осовременивания на основе интеллектуальных ресурсов, создаваемых в процессе социального творчества. Исследователи отмечают, что свобода социального творчества в условиях современного цивилизационного этапа невозможна без обеспечения медиапубличности жизненного мира повседневности, в

том числе медиапубличности системы целеполагания и целеосуществления. Умножение интеллектуальных ресурсов в результате активного роста массовости социального творчества создает новый характер актуальной изменчивости этого жизненного мира, что в свою очередь умножает количество и повышает уровень качества и креативности актов социального созидания [11; 12].

Жизненный мир повседневности можно трактовать как изменяющееся из дня в день настоящее, непрерывно обретающее интеллектуальные и другие ресурсы будущего и освобождающееся от устаревающих ресурсов прошлого. Жизненный мир повседневности не может быть целостным, если в нем не достигается единство сознания и деятельности, благодаря которым мы можем называть его современным. Жизненный мир отстает в своем развитии, если интеллектуальные ресурсы социальной практики не вбирают в себя в должной мере достижения социального творчества — знаниевые, аксиологические, поведенческие, в том числе ценный практический опыт, а также если на этой основе не оптимизируется интеллектуальная культура личности, коллективных социальных субъектов, общества в целом. Интеллектуальные ресурсы мира повседневности — это не только те знания, аксиологические, поведенческие ценности, которые обрели устойчивое их использование в социальной практике. Это также инновационные ресурсы, которые непрерывно рождаются в социальном творчестве [13]. Инновационное производство интеллектуальных ресурсов состоит не только в том, что оно воспроизводится непрерывно, что оно увели-

чивается, но также и в том, что оно непрерывно обогащается на основе социального творчества, устраняя и обновляя «устаревшие» ресурсы.

Жизненный мир повседневности непрерывно осовременивает свою сущность текущей практической деятельности, осовременивает экономическую, политическую, научную, образовательную, художественную и другие повседневные социальные реальности. Существенной стороной повседневности является ее *изменчивость*, насыщенная различными событиями и процессами. В основе актуальной событийности лежат акты социального творчества [14], содержащие новые интеллектуальные ресурсы — знаниевые, аксиологические, поведенческие. Совокупность этих ресурсов востребована социальной практикой, востребована личностью, ее различными коллективными участниками. На основе этих потребностей формируются и обновляются функции интеллектуального взаимодействия, которые создают и непрерывно обновляют коммуникативные стратегии и технологии средств массовой информации, в том числе конвентивные [15]. Важнейшее место среди них занимают контент-стратегии [16; 17].

Важно подчеркнуть, что журналистика выступает важнейшей формой и инструментом интеллектуального взаимодействия, обеспечивая реализацию социального творчества. Профессиональное журналистское творчество тесно связано с другими типами творчества как способами освоения мира, в том числе научным, художественным, экономическим, политическим. Его познавательная сущность — медиакартина текущей изменчивости социальной

практики, тесно связанной с тенденциями общественного развития на уровне эмоционально-практического сознания. В этом контексте журналистика выступает прежде всего как способ организации, оптимизации интеллектуального взаимодействия на информационной основе медиaprостранства — структурного инварианта медиасистемы [18–21].

Журналистика включает в себя такие медийные реальности, как авторские и аудиторные медиаобщности. Эти медиареальности (наряду с медиаиндустрией, редакционной организацией, редакционным менеджментом) составляют основу медиaprостранства как структурного образования медиасистемы, органически соединяющего ее компоненты с медиасредой — экономическими, политическими, научными, художественными, образовательными и другими социальными реальностями.

Роль журналистики и медиа в развитии интеллектуального потенциала общества

Интеллектуальное развитие общества представляется исследователями как ключевая ценность современного общества, повсеместно подчеркивается необходимость экстраполяции процесса интеллектуализации на все сферы общественной жизни. В условиях медиатизации процессов обновления интеллектуального потенциала общества и освоения его ресурсов участниками социальной практики выявляются как новые возможности участия журналистики в процессе интеллектуализации общества, так и деструктивные эффекты ее влияния на уровень интеллектуального развития. Деструктивные эффекты предположи-

тельно связаны с сужением тематического разнообразия содержания, снижением уровня аналитичности, трансформациями жанров и форматов, чрезмерным усилением развлекательной функции, снижением доли культурного, научно-популярного, просветительского содержания, снижением уровня профессиональной подготовки и общего культурно-образовательного уровня журналистов и других акторов медийной сферы, а также с рядом других изменений. Таким образом, возникает общественное противоречие, в результате которого журналистика, призванная обеспечивать динамичный уровень интеллектуального развития общества в современных условиях цифровизации и медиатизации всех общественных процессов, испытывает серьезный кризис в реализации этой общественной функции. В связи с этим представляется актуальным направление в исследованиях, связанное с ролью журналистики и медиа в этих процессах, в том числе:

- роли журналистики как одного из факторов интеллектуализации общества в целом;

- ключевых системных закономерностей, связанных с динамикой и качественными трансформациями роли журналистики и медиа в процессах интеллектуализации общества;

- векторов взаимовлияния журналистики и интеллектуального состояния общества;

- моделей участия журналистики как социально активной силы в процессах обновления интеллектуального потенциала социума.

Журналистика как важнейшая часть инфосферы несет ответственность перед обществом за то, чтобы сотрудничество между людьми де-

лало публичный разум, публичный интеллект современным, учитывающим все новейшие достижения социального творчества в различных социальных реальностях. Иными словами, журналистика ответственна перед обществом за оптимальное движение информации от личности, различных социальных общностей к общественному интеллекту, своевременно обновляя потенциальный публичный разум.

Создать адекватный информационный образ обновляемых ресурсов интеллектуального потенциала общества в информационной повестке дня медиа — это серьезная общественная задача, включающая в себя задачу непрерывного обновления медиакартины мира в сознании личности, всех участников социальной практики. Причем эта медиакартина тесно связана с познавательной активностью, которая поддерживается медиа в сознании массовой аудитории [22]. Обеспечение социального творчества в жизненном мире повседневности — это ответственность журналистики как сообщества профессионалов, оптимизирующих информационные отношения между участниками социальной практики на основе устранения дефицита медиапубличности.

Медиапубличность — это совокупность информационных отношений между участниками социальной практики — личностью, общностями, организациями, социальными реальностями, располагающими различными способами освоения мира. Эти информационные отношения, осуществляемые в медиапространстве и способствующие интеллектуальному взаимодействию в обществе, которое содействует формиро-

ванию и непрерывному обновлению в информационной повестке дня СМИ потенциального публичного разума. Медиапубличность обеспечивает удовлетворение потребностей аудитории СМИ в актуальной информации, в результате которого потенциальная информация медиа превращается в реальную и обновляет медиакартину мира в сознании участников социальной практики.

Именно на основе медиапубличности непрерывно оптимизируется интеллектуальная культура личности, различных общностей, организаций в процессе преобразований в жизненном мире повседневности. Достаточный уровень медиапубличности позволяет снизить противоречия между старым и новым в социальной практике, и журналистика призвана обеспечивать осмысление этих противоречий в дискурсивных пространствах медиа. На современном цивилизационном этапе возрастает роль журналистики как актора интеллектуализации социальной практики. В соответствии с интеллектуализацией общественного труда социальное творчество обретает более массовый характер. В условиях цифровизации значительно возрастают возможности медиапространства в обеспечении интеллектуальных взаимодействий в обществе, поскольку под влиянием процесса оцифровки сбора, создания и хранения медиаконтента нарастает и влияние на социальные практики, формируются новые инструменты работы с цифровой информацией и аудиторией [23, с. 65; 24–26].

В условиях цифровизации актуализируется роль журналистики и медиа в преодолении дефицита публичности социальной практики,

который замедляет обновление интеллектуальных ресурсов в обществе. В результате такого дефицита публичный разум, обновляемый в повестке дня медиа, не вбирает в полной мере все многообразие интеллектуальных ресурсов, рождаемых в социальной практике. Это, в свою очередь, искажает медиакартину мира, так как возникает разрыв между потенциальной информацией, обновляющей интеллектуальный потенциал общества, и реальной информацией, осваиваемой аудиторными общностями.

Важнейшими в контексте интеллектуализации общества представляются процессы медиатизации социальной практики, поскольку потенциальный публичный разум представляет собой материализованную в медиатексте совокупность интеллектуальных ресурсов. Выявление новых интеллектуальных ресурсов, формирование на их основе медиатекстов, обсуждение возможностей использования этих ресурсов, сообщение о них через медиaproстранство составляет существо интеллектуального взаимодействия в СМИ.

Медиапространство как структура служит реализации функций различных социальных реальностей, осуществляемых через массовый информационный процесс. Медиапространство также является совокупностью информационных организаций, объединяющей медиасистему и медиасреду. Социальное творчество, осуществляемое на основе медиапубличности, состоит в таких информационных отношениях, которые обеспечивают непрерывное интеллектуальное взаимодействие между участниками социальной практики. В результате взаимодействия, кото-

рое создается в медиапространстве, происходит непрерывное осовременивание социальной практики.

Медиапубличность и является интегративным результатом функционирования медиасистемы в медиапространстве. Именно публичность информации, свобода выражения и презентации различных позиций, информационное взаимодействие в обществе может обеспечить гарантию качественного отбора информации с учетом мнения как экспертов, так и общества в целом.

Важнейшей для анализа указанных процессов является также категория публичного разума, которая в современных условиях обретает качественно новые свойства в обеспечении единства между сознанием и деятельностью участников социальной практики. Важную роль применения публичного разума отмечали И. Кант, а также такие исследователи, как Х. Арендт, Ю. Хабермас, Н. Луман и др. [10; 27–29].

И. Кант отмечал необходимость активно развивать интеллектуальное взаимодействие в процессе социальной практики на основе субъект-субъектных, равноправных информационных отношений, обеспечивающих свободу социального творчества на базе ресурсов публичного разума. Разум, писал он, должен быть свободным и публичным [10, с. 29]. Недостаточное использование ресурсов публичного разума рождает неразвитость личности как субъекта социальной деятельности, его отставание в развитии социальной зрелости. М. Фуко отмечает, что публичное применение разума по Канту, дает нам возможность того, что нам нужно знать, что нам нужно делать и на что нам позволено надеяться [30].

При этом следует учитывать, что инновации, прежде всего в гуманитарной сфере, находятся в определенной диалектической связи с традициями, со спецификой сложной системы, ее особенностями. Один из принципов синергетического подхода гласит, что при развитии и преобразовании сложной системы необходимо ориентироваться не только на желаемое, но на достижимое будущее, которое соответствует внутренним потенциям системы, ее особенностям, иначе желаемого результата не получить. Также важно осознавать отдаленные последствия воздействия на будущее сложной системы в ходе сегодняшней активной деятельности, проявлять взвешенность при принятии решений.

Инновации, бесспорно, работают на прогрессивное развитие, но и создают новые вызовы в сложном современном мире. Это относится и к весьма неоднозначной проблеме трансгуманизма, и к всеохватной цифровизации, в отношении которой мы часто наблюдаем лишь апологетику. В этой связи нельзя не коснуться проблемы неразрывной связи управления, развития и информации. Специалист по теории управления Р.Ф. Абдеев, рассматривая управление с позиций информационного подхода, говорит о многоциклическом преобразовании информации в двух взаимосвязанных, замкнутых обратными связями контурах, один из которых направлен на сохранение устойчивости системы, а второй — на развитие путем прохождения информации через «семантический фильтр», ее отбора, накопления и использования. И здесь роль журналистики исключительно важна. Именно публичность информации, свобода выражения и презентации

различных позиций, информационное взаимодействие власти и общества может обеспечить гарантию качественного отбора информации с учетом мнения как экспертов, так и общества в целом с тем, чтобы принятие решения на этой основе было оптимальным и содействовало развитию общества [31].

Таким образом, связь публичного разума и медиапространства, их постоянное взаимодействие представляется абсолютно необходимым звеном в обеспечении общественного развития. Значительную долю функций по организации интеллектуального взаимодействия посредством медиа общество делегирует журналистике. Именно профессиональное журналистское творчество не только формирует картину текущей социальной практики, но и транслирует продукты деятельности общественного интеллекта.

Для реализации функций интеллектуального взаимодействия служит медиапространство как коммуникативная структура, состоящая из различных медиареальностей, в том числе:

- потенциального публичного разума, составляющего содержание информационного потенциала СМИ;
- авторской и редакторской общностей как субъектов информационного процесса;
- технологических и экономических медийных реальностей медиаиндустрии, обеспечивающих массовую коммуникацию;
- медиакартины мира в сознании участников социальной практики, непрерывно обновляемой функционирующими СМИ;
- аудиторной общности, информационные потребности которой

удовлетворяются: потребности зна- ниевые, аксиологические, поведен- ческие и др.

Журналистика как важнейшая часть медиапространства — это симбиоз авторской и редакторской деятельности, в ходе которой непре- рывно обновляется публичный раз- ум социума [32].

В этом контексте крайне важна мотивированность журналистского сообщества на то, чтобы выполнять свою общественную миссию по ин- теллектуализации общества. Для примера можно привести данные масштабного опроса журналистов региональных изданий в рамках

проекта «Авторская и редакторская деятельность современных журна- листов», осуществленного факуль- тетом журналистики МГУ [33].

Региональные журналисты, от- вечая на вопрос о миссии современ- ного журналиста, высказали весьма широкий спектр мнений, которые по- казывают ориентацию именно на об- щественное служение журналистики, на удовлетворение широких инфор- мационных потребностей и развитие общественного потенциала (табл.).

На уровне представления о долж- ном перечислены важные основы миссии журналистики в обществе. На первых местах необходимость удов-

**Ответы на открытый вопрос: «В чем, по Вашему мнению, состоит миссия современного журналиста?»
(в % к числу ответивших на вопрос)**

Миссия журналистики	Среднее
Удовлетворять информационные потребности аудитории, инфор- мировать аудиторию о событиях, запечатлевать историю страны	24
Помогать обществу решать проблемы, выполнять роль социаль- ной инженерии и менеджмента, помогать людям	13
Помогать аудитории ориентироваться в информации, понимать смысл происходящего, анализировать события и процессы	13
Повышать культурный уровень, просвещать, расширять кругозор, содействовать образованию	10
Содействовать воспитанию, нести нравственные и духовные цен- ности, воспитывать, побуждать к добру	7
Формировать общественное мнение	7
Критиковать недостатки, вскрывать пороки	6
Писать о позитивных событиях, не давать «чернухи»	6
Развивать мышление аудитории, чтобы человек сам делал выво- ды, составил собственное мнение	6
Содействовать социальной справедливости	4
Содействовать коммуникации властей и жителей	4
Выявлять и обозначать проблемы	3
Общественное служение	3
Показывать передовой опыт, писать о героях	3
Содействовать развлечению аудитории	1

летворять потребности общества в информации (24 %), содействовать решению его насущных проблемы, помогать аудитории ориентироваться в информации и, при помощи ее всестороннего анализа, понимать смысл происходящих событий и процессов, а также содействовать повышению культурного уровня, расширению кругозора и просвещению, развивать мышление аудитории и умение делать собственные выводы, т.е. способствовать процессам интеллектуализации общества, о чем идет речь в нашей статье. Немаловажное значение придают региональные журналисты также воспитательной миссии, ориентации аудитории в нравственных и духовных ценностях общества: «сеять правду, искоренять заблуждения, воспитывать, очищать и повышать тон общественной морали и нравов, чтобы люди становились более кроткими, добродетельными, милосердными».

К сожалению, даже при самых благих пожеланиях и ориентациях журналистов общественная миссия не всегда реализуется в контенте СМИ по разным причинам, главным образом из-за малых штатов в редакциях и очень интенсивного характера труда современного журналиста, вынужденного готовить публикации в быстром темпе и для разных медиаплатформ. Поэтому весьма заметна разница в ответах между перечнем важных задач и степенью удовлетворенности самих журналистов их решением.

В целом было выявлено, что журналисты региональных газет работают в тренде современных конвентивных коммуникативных стратегий и технологий, в целом соответствуя условиям, при которых возраста-

ет роль дискурсивных пространств СМИ как фактора использования интеллектуальных ресурсов в программировании, моделировании и конструировании социальной практики. В то же время в ходе этого исследования были выявлены и негативные тенденции, снижающие уровень оптимальности авторской и редакторской деятельности журналиста, призванного развивать общественный интеллектуальный потенциал. Прежде всего речь идет о ключевой тенденции в современной журналистике, которая проявляется в выполнении все большего количества ролей, когда журналист становится не только универсальным, он становится медиарботником, выполняющим внушительный функционал по подготовке контента, его размещению, продвижению и пр. В связи с необходимостью освоения новых видов деятельности по подготовке конвергентного контента для различных медиаплатформ, с полифункциональностью труда в условиях сокращения штатов и рядом других причин увеличилась психологическая стрессогенность профессии, заметно выросла доля вторичного, стереотипного контента, снизился уровень достоверности информации, а также доля качественных и эксклюзивных публикаций. Эти негативные тенденции могут усилить дефицит публичности, о котором говорилось выше.

Заключение

Современная российская инфосфера (в том числе и медиасфера, журналистика) недостаточно эффективно справляется со значимым дефицитом публичности социальной практики. Интеллектуальный потенциал общества, рождаемый в рамках социальной

практики, в значительной своей части не становится интеллектуальным потенциалом личности, отдельных социальных общностей, существующих в системе общественного разделения труда, не оптимизирует интеллектуальную культуру участников социальной практики в соответствии с условиями развития общества.

Выявление системных закономерностей деятельности журналистики и медиа представляется одним из важнейших направлений исследований в условиях современного цивилизационного этапа. Интеллектуальное взаимодействие на основе взаимодействия информационного не может быть оптимальным без медиапубличности, призванной *непрерывно осовременивать* в изменяющихся условиях жизненного мира повседневности единство сознания и деятельности участников социальной практики, обеспечивая своевременную динамичную оптимизацию настоящего и конструирование будущего.

В свою очередь, ключевой ценностью современного общества представляется его интеллектуальное развитие. Особенно важными являются процессы обновления интеллектуального потенциала общества и освоения его ресурсов участниками социальной практики. В связи с этим возникает потребность в анализе эффективного участия в этих процессах журналистики, исследования как продуктивных, так и деструктивных эффектов ее влияния на уровень интеллектуального развития. Понимание этих процессов позволит в значительной степени снизить общественное противоречие, в результате которого журналистика, призванная обеспечивать динамичный уровень интеллектуального развития общества в современных условиях цифровизации и медиатизации всех общественных процессов, испытывает серьезный кризис в реализации этой общественной функции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рубинштейн С.Л. Проблемы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. — Москва : Педагогика, 1973. — 423 с.
2. Леонтьев А.Н. Деятельность, сознание, личность / А.Н. Леонтьев. — Москва : Политиздат, 1975. — 304 с.
3. Вартанова Е.Л. Динамика общего и особенного: современные теоретические подходы к анализу российской медиасистемы / Е.Л. Вартанова // Параллели и меридианы медиапространства. — Москва : Изд-во Фак. журн. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2014. — 242 с.
4. Вартанова Е.Л. «Медиасистема» как актуальный концепт теории СМИ / Е.Л. Вартанова // Актуальные проблемы медиаисследований — 2019 : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. НАММИ / под ред. Е.Л. Вартановой, М.И. Макеенко, А.Ю. Образцовой. — Москва, 2019. — С. 11–13.
5. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России / Е.Л. Вартанова, М.Е. Аникина, А.В. Вырковский [и др.]. — Москва : Изд-во Фак. журн. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2019. — 208 с.
6. Семенова Д.В. Свобода творчества и право на распространение информации: проблемы определения границ / Д.В. Семенова // Современное право. — 2008. — № 2. — С. 32–34.
7. Лихачев Д.С. Избранное. Мысли о жизни, истории, культуре / Д.С. Лихачев. — Москва : Рос. фонд культуры, 2006. — 334 с.
8. Татаркин А.И. Интеллектуальный ресурс общества: сущность, классификация и роль в социально-экономическом развитии / А.И. Татаркин // Бизнес, менеджмент и право. — 2010. — № 2. — С. 32–40.

9. Гофман А.Б. Социальная реальность... — это сфера свободы / А.Б. Гофман ; беседовал Б.З. Докторов // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. — 2007. — № 2 (62). — С. 2–13.
10. Кант И. Ответ на вопрос: «Что такое просвещение?» / И. Кант // Собрание сочинений : в 8 т. / под общ. ред. А.В. Гулыги. — Москва : ЧОРО, 1994. — Т. 8. — С. 29–37.
11. Суходолов А.П. Информационное импульсно-волновое взаимодействие СМИ и общества / А.П. Суходолов, И.В. Анохов, В.А. Маренко. — DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(1).5-19 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 1. — С. 5–19.
12. Суходолов А.П. К созданию теории средств массовой информации: постановка задачи / А.П. Суходолов, М.П. Рачков. — DOI 10.17150/2308-6203.2016.5(1).6-13 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 1. — С. 6–13.
13. Татаркин А.И. Инновационный потенциал территории в поведенческих оценках населения / А.И. Татаркин, К.А. Новикова. — DOI 10.17059/2015-3-23 // Экономика региона. — 2015. — № 3. — С. 279–294.
14. Ивин А.А. Философия коллективного творчества. История, язык, мораль, религия, игры, идеология и др. / А.А. Ивин. — Москва : Проспект, 2017. — 352 с.
15. Иваницкий В.Л. Коммуникативные стратегии периодического издания / В.Л. Иваницкий // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2009. — № 5. — С. 117–122.
16. Бережная М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики / М.А. Бережная. — Санкт-Петербург : Изд. Дом Санкт-Петерб. гос. ун-та, 2009. — 329 с.
17. Фролова Т.И. Динамика стратегий в социальном медиадискурсе / Т.И. Фролова // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2009. — № 5. — С. 94–116.
18. Вартанова Е.Л. К вопросу о рамках теоретического анализа и национальных особенностях медиасистемы России / Е.Л. Вартанова // МедиаАльманах. — 2019. — № 2 (91). — С. 8–18.
19. Вырковский А.В. Структура редакций СМИ: традиция и современность / А.В. Вырковский // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 4. — С. 136–151.
20. Макеенко М.И. Развитие теорий медиа в российских научных журналах в 2010-е гг.: результаты первого этапа исследований / М.И. Макеенко // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 6. — С. 3–31.
21. Смирнов С.С. Новый инструмент измерения концентрации в медиаиндустрии (первая апробация теоретической разработки) / С.С. Смирнов // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 2. — С. 3–17.
22. Владимирова Т.Н. Журналистика в жизненном мире современности: аспекты целостности / Т.Н. Владимирова, В.В. Панферова, М.В. Шкондин // Социально-гуманитарные знания. — 2019. — № 8. — С. 24–37.
23. Вартанова Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс / Е.Л. Вартанова. — Москва : Изд-во Фак. журн. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2019. — 224 с.
24. Pavlik J. Converging Media: A New Introduction to Mass Communication / J. Pavlik, S. McIntosh. — Oxford : Oxford University Press, 2016. — 504 p.
25. Negroponte N. Being Digital / N. Negroponte. — New York : Vintage Books, 1996. — 255 p.
26. Fenton N. New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age / N. Fenton. — London : Sage, 2009. — 232 p.
27. Арендт Х. Vita active, или о деятельности жизни / Х. Арендт. — Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. — 437 с.
28. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. — Cambridge : MIT Press, 1962. — 301 p.
29. Luhmann N. Die Realität der Massenmtdien / N. Luhmann. — Wiesbaden : West-deutscher Verlag, 2004. — 256 S.

30. Фуко М. Что такое просвещение / М. Фуко // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. — 1999. — № 2. — С. 132–149.

31. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации / Р.Ф. Абдеев. — Москва : Владос, 1994. — 336 с.

32. Корконосенко С.Г. Дисциплинарный статус теории журналистики / С.Г. Корконосенко // Теория журналистики в России / под ред. С.Г. Корконосенко. — Санкт-Петербург : Алетей, 2018. — С. 11–41.

33. Алевизаки О.Р. Авторская и редакторская деятельность журналиста в российском медиапространстве / О.Р. Алевизаки, О.В. Смирнова, Л.Г. Свитич, М.В. Шкондин. — DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(4).679-703 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 4 (29). — С. 679–703.

REFERENCES

1. Rubinshtein S.L. Problemy obshchei psikhologii [Problems of General Psychology]. Moscow, Pedagogika Publ., 1973. 423 p.

2. Leont'ev A. N. Deyatel'nost', soznanie, lichnost' [Activity, Consciousness, Personality]. Moscow, Politizdat Publ., 1975. 304 p.

3. Vartanova E.L. Dynamics of General and Special: the Modern Theoretical Approaches to the Analysis of the Russian Media System. *Paralleli i meridiany mediaprostranstva* [The Parallels and Meridians of Media Space]. Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2014. 242 p.

4. Vartanova E.L. Media system as a topical concept of the media theory. In Vartanova E.L. (ed.). *Aktual'nye problemy mediaissledovaniy — 2019. Materialy IX Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Current issues of media studies 2019. Materials of the IX International Scientific and Practical Conference]. Moscow, 2019, pp. 11–13. (In Russian).

5. Vartanova E.L., Anikina M.E., Vyrkovskii A.V., Gureeva A.N., Dunas D.V. *Ot teorii zhurnalistiki k teorii media. Dinamika mediaissledovaniy v sovremennoi Rossii* [From the Theory of Journalism to the Theory of the Media. Dynamics of Media Studies in Modern Russia]. Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2019. 208 p.

6. Semenova D.V. Freedom of creative work and the right for information distribution: problem of determining the limits. *Sovremennoe pravo = Modern law*, 2008, no. 2, pp. 32–34. (In Russian).

7. Likhachev D.S. *Izbrannoe. Mysli o zhizni, istorii, kul'ture* [Selected writings. Thought about life, history, and culture]. Moscow, Rossiiskii fond kul'tury Publ., 2006. 334 p.

8. Tatarkin A.I. Intellectual resource of the society: its essence, classification and role in socio-economic development. *Biznes, menedzhment i pravo = Business, Management and Law*, 2010, no. 2, pp. 32–40. (In Russian).

9. Gofman A.B. A social reality... — is the field of freedom. *Teleskop*, 2007, no. 2, pp. 2–13. (In Russian).

10. Kant I. Answering the Question: What Is Enlightenment? In Gulyga A.V. (ed.). *Sobranie sochinenii* [Collection of Works]. Moscow, ChORO Publ., 1994, vol. 8, pp. 29–37. (In Russian).

11. Sukhodolov A.P., Anokhov I.V., Marenko V.A. Information Impulse-Wave Interaction between the Media and Society. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 1, pp. 5–19. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).5-19. (In Russian).

12. Sukhodolov A. P., Rachkov M. P. To create a theory of the media: statement of the problem. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 1, pp. 6–13. DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(1).6-13. (In Russian).

13. Tatarkin A.I., Novikova K.A. Territorial Innovative Potential in Behavioral Assessments of the Population. *Ekonomika regiona = Economy of Region*, 2015, no. 3, pp. 279–294. (In Russian).

14. Ivin A.A. *Filosofiya kollektivnogo tvorchestva. Istoriya, yazyk, moral', religiya, igry, ideologiya i dr.* [The philosophy of collective creative work. History, language, morals, religion, games, ideology et al.]. Moscow, Prospekt Publ., 2017, 352 p.
15. Ivanitsky V.L. Periodicals' Communication Strategy. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2009, no. 5, pp. 117–122. (In Russian).
16. Berezhnaya M. A. Problemy sotsialnoi sfery v algoritmakh televizionnoi zhurnalistiki [Problems of Social Sphere in Algorithms of Television Journalism]. Saint Petersburg University Publ., 2009. 329 p.
17. Frolova T.I. Dynamics of Strategies in Social Media Discourse. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2009, no. 5, pp. 94–116. (In Russian).
18. Vartanova E.L. To the framework of theoretical analysis and national features of Russian media system. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2019, no. 2 (91), pp. 8–18. (In Russian).
19. Vyrkovsky A.V. The Editorial Structure of Mass Media: Tradition and Modernity. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 4, pp. 136–151. (In Russian).
20. Makeenko M.I. Elaboration of Media Theories in Russian Academic Journals in the 2010s: Results of the First Stage of the Research. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 6, pp. 3–31. (In Russian).
21. Smirnov S.S. A New Tool for Measuring Concentration in the Media Industry (The First Approbation of a Theoretical Development). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 2, pp. 3–17. (In Russian).
22. Vladimirova T.N., Panferova V.V., Shkondin M.V. Journalism in the Vital World of the Present: Aspects of Integrity. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2019, no. 8, pp. 24–37. (In Russian).
23. Vartanova E.L. *Teoriya media: otechestvennyi diskurs* [The theory of Media: Russian discourse]. Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2019. 224 p.
24. Pavlik J., McIntosh S. *Converging Media: A New Introduction to Mass Communication*. Oxford University Press, 2016. 504 p.
25. Negroponte N. *Being Digital*. New York, Vintage Books, 1996. 255 p.
26. Fenton N. *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. London, Sage, 2009. 232 p.
27. Arendt H. *Vita Activa oder vom Tätigen Leben*. Stuttgart, W-Kohlhammer, 1960. (Russ. ed.: Arendt H. *Vita active, ili o deyatel'nosti zhizni*. Sankt Petersburg, Aleteiya Publ., 2000. 437 p.).
28. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MIT Press, 1962. 301 p.
29. Luhmann N. *Die Realität der Massenmdien*. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 2004. 256 S.
30. Foucault M. Qu'est-ce que les Lumières. *Magazine littéraire*, 1993, no. 309, pp. 63–73. (Russ. ed.: Foucault M. Qu'est-ce que les Lumières. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9: Filologiya = Moscow University Philology Bulletin*, 1999, no. 2, pp. 132–149.).
31. Abdeev R.F. *Filosofiya informatsionnoi tsivilizatsii* [Philosophy of the informational civilization]. Moscow, Vados Publ., 1994. 336 p.
32. Korkonosenko S.G. Status of Theory of Journalism as Academic Discipline. In Korkonosenko S.G. (ed.). *Teoriya zhurnalistiki v Rossii* [Journalism Theory in Russia]. Saint Petersburg, Aleteiya Publ., 2018, pp. 11–41. (In Russian).
33. Alevizaki O.R., Smirnova O.V., Svitich L.G., Shkondin M.V. Journalist as Author and Editor in Russian Media Environment. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 4, pp. 679–703. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).679-703. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Журналистика и интеллектуальный потенциал общества: теоретические подходы к системному анализу интеллектуального взаимодействия в медиапространстве / Т.Н. Владимирова, В.В. Панферова, О.В. Смирнова, Л.Г. Свитич, М.В. Шкондин. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(1).90-105 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 1. — С. 90–105.

FOR CITATION

Vladimirova T.N., Panferova V.V., Smirnova O.V., Svitich L.G., Shkondin M.V. Journalism and Intellectual Potential of Society: Theoretical Approaches to System Analysis of Intellectual Interaction in Media Landscape. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 1, pp. 90–105. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(1).90-105. (In Russian).