



**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

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБЩЕСТВА И КОНЦЕПТЫ ЦЕЛОСТНОСТИ МЕДИАСИСТЕМЫ

**Аннотация.** Современные проблемы инфосферы рождают острую необходимость существенным образом обновить парадигму медийных исследований, активнее используя для этого системно-синергетический подход, новые реалии информационного общества. Одной из таких реалий является существенное возрастание роли информационного потенциала общества. В этой связи исключительно важно выявить возможности его влияния на формирование целостности современной медиасистемы.

Предпринимая попытку в этом направлении, автор статьи изучает совокупность понятий, определяющих характер целостности медиасистемы, ее концепцию во взаимодействии с информационным потенциалом общества, Изучаются аспекты функциональной целостности медиасистемы как фактора формирования, обновления и обогащения информационного потенциала общества и его освоения массовой аудиторией.

В центре внимания исследования также структурно-коммуникативные аспекты целостности, их роль в реализации функций медиасистемы, формировании единого медиапространства на основе совокупности медиапространств различных социальных общностей, возникающих на основе общественного разделения труда и требующих оптимизации адресованных им знаниевых, аксиологических и проективно-поведенческих ресурсов.

При характеристике аспектов познавательного-отражательного целостности медиасистемы обращается внимание на необходимость оптимизации медиакартины мира как информационного потенциала общества, отражаемого в сознании массовой аудитории.

**Ключевые слова.** Целостность медиасистемы, информационный потенциал общества, концепция медиасистемы, медиаструктура, медиапространство.

**Информация о статье.** Дата поступления 9 сентября 2015 г.; дата принятия к печати 24 сентября 2015 г.; дата онлайн-размещения 30 октября 2015 г.

## THE INFORMATION POTENTIAL OF SOCIETY AND CONCEPTS THE INTEGRITY OF THE MEDIA SYSTEM

**Abstract.** Modern problems of the info sphere give rise to the urgent need to significantly upgrade the paradigm of media research, actively using the system-synergetic approach, the new realities of the information society. One of these realities is the significant increase in the role of information society building. In this regard, it is essential to identify the possibility of its influence on the formation of the integrity of contemporary media system.

Taking an attempt in this direction, the author examines a collection of concepts that determine the nature of the integrity of the media system and its concept in collaboration with the information potential of society. It explores some aspects of the functional integrity of the media system as a factor of formation, updating and enriching the information potential of society and its development the mass audience.

In the spotlight of the study also structural-communicative aspects of integrity, their role in the implementation of the functions of the media system, the formation of a unified media space on the basis of a set of media spaces of different social communities emerging on the basis of a public division of labor and in need of optimization addressed to them knowledge, axiological and projective behavioral resources.

At the characteristic aspects of cognitive-reflective integrity of the media system draws attention to the need to optimize media picture of the world as the information potential of the company reflected in the minds of the mass audience.

**Keywords.** Media systems integrity, information potential of society, the concept of media systems, media structure, media space.

**Article info.** Received September 9, 2015; accepted September 24, 2015; available online October 30, 2015.

---

В современных процессах информатизация, информационный потенциал общества обретают такое же важное значение, как и потенциал природный, экономический, технический. Информационно-коммуникационная революция делает медиасистему важнейшим фактором прогресса в обществе знаний [13].

Информационный потенциал современного общества вбирает в себя все важные ресурсы инфосферы, которая стоит в одном ряду с ноосферой, антропосферой, техносферой. Неизмеримо возросли ресурсы знаковые, расширили свое многообразие ресурсы аксиологические, множат и расширяют свои возможности ресурсы проективно-поведенческие.

Инфосфера, информационный потенциал общества становятся необходимым предметом более обстоятельных научных исследований.

В этих условиях перед наукой стоит задача выявить социальный механизм освоения информационного потенциала общества как системы удовлетворения информационных потребностей личности, социальных общностей, социума в целом. Этой проблеме посвящены исследования многих фундаментальных и прикладных наук, в том числе носящих междисциплинарный характер.

В российских медийных исследованиях, в теории журналистики эта проблема находит свое отражение в публикациях отечественных ав-

торов<sup>1</sup> [3; 8; 10; 16–18; 22; 24; 31]. Она обсуждалась на ряде международных научных и научно-практических конференций, проведенных на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, в Санкт-Петербургском университете и в других научных центрах медийных исследований. В феврале 2016 г. в Московском университете состоится международная научно-практическая конференция на тему: «Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы».

Инфосфера — сложная целостная система, вбирающая в себя медиасферу (медиасистему), а также другие сферы, основанные на информационном взаимодействии. Инфосфера — это совокупность информации, информационных объектов, информационных процессов, информационной инфраструктуры. Она включает в себя и участников межличностного и массового общения, осуществляющих сбор, обработку, хранение, распространение, производство и потребление информации, а также субъектов регулирования возникающих при этом отношений производства, использования, владения и распоряжения информацией.

Инфосфера представляет собой сферу деятельности, в рамках которой осуществляются не только производство и потребление информационных ресурсов и знаний; управление социальными, экономическими и техническими системами; но обучение и подготовка кадров; распространение, потребление, хранение и доступ к информационным ресурсам (знаниям); межличностный, внутриобщественный и между-

народный информационный обмен; создание и применение информационных систем, других информационно-телекоммуникационных технологий [15; 28].

Медиасфера (медиасистема) — часть инфосферы. Она также содержит в себе совокупность информации, но главным образом информации массовой. В ее структуру входят прежде всего средства массовой информации. Важнейшие информационные процессы, осуществляемые в ней, — это процессы массового общения посредством медиаресурсов, обмена информацией между теми, кто ее производит, распространяет и потребляет как представитель той или иной социальной общности. Медиасистема располагает солидной инфраструктурой. Субъектами массового информационного процесса выступают широкая совокупность тех, кто удовлетворяет потребности в производстве информации для массовой аудитории и тех, кто ее потребляет, удовлетворяя свои потребности в массовой информации. Все они являются социальными субъектами, которые носят в медиасистеме представительный характер по отношению к сферам духовного производства, духовно-практической и практической деятельности в процессе их взаимодействия.

Информационный потенциал общества представляет собой сущностную основу инфосферы как системного объекта. Системные закономерности инфосферы, в том числе характер взаимодействия с техносферой и антропосферой, важны и для медиасистемы, для обновления парадигмы медиаисследований. Информационный потенциал общества — это накопленный в нем информационный ресурс, постоянно создаваемый и обогащаемый

<sup>1</sup>Ноосфера. URL : <http://21next.capital.ru/TforR/noosphere.htm> ; Ноосфера и информационное пространство. URL : <http://mykm.ru/view/view.asp?id={F35A5AB8-BFE5-425E-A2B7-BC9AF21A78DA}>.

как субъектами духовного производства, так и участниками других видов социальной деятельности, и представляющий собой концентрированное выражение научных знаний и практического опыта для накопления знаниевых, ценностно-ориентационных, проективно-поведенческих ресурсов<sup>1</sup>.

Исходя из сказанного, можно сделать вывод, что глобальная целостность инфосферы является единым объектом исследований для всех наук об информации и выступает важным фактором обогащения их парадигм [28].

Нам представляется важным при разработке современной теории журналистики, обновлении современной парадигмы медийных научных исследований полнее учитывать особенности информационного потенциала общества, активнее использовать системно-синергетический подход, открывающий принципы организации и самоорганизации сложных развивающихся систем. Эта точка зрения изложена в работах ряда исследователей журналистики<sup>2</sup> [7; 9; 10; 16; 22; 24].

Современная теория и практика журналистики требует необходимых изменений в парадигме медийных исследований, определяемых процессами становления информационного общества. По мнению Е.Л. Вартановой, их следует начинать с **обновления концепции медиасистем** [4; 5].

Концепция медиасистемы — это прежде всего концепция ее целостности. «Целостность — это интегральный, т. е. возникающий

вследствие взаимодействия и взаимообусловленности элементов их продукт, результат» [1, с. 39]. Для медиасистемы таким результатом является формирование информационного потенциала общества, включающего знаниевые, аксиологические и проективно-поведенческие ресурсы, его постоянное обновление и обогащение, а также создание медиакоммуникаций для его производства и освоения массовой аудиторией. В производстве и освоении этого потенциала участвуют все основные социальные субъекты из сфер духовно-теоретической, духовно-практической и практической деятельности, создавая непрерывное оптимальное взаимодействие между этими сферами в процессе трансформации условий жизни общества.

Медиасистема традиционно была одним из ключевых институтов, описываемых и анализируемых зарубежными и отечественными учеными как фактор массового информационного процесса.

В числе наиболее известных зарубежных авторов Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон, Д. МакКуэйл, Д. Халлин. В России ведущие школы изучения медиасистем сформировались на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, в Санкт-Петербургском, Воронежском, Южном федеральном и ряде других университетов [5]. В научных исследованиях много сделано для того, чтобы охарактеризовать медиасистему в соответствии с требованиями системного подхода: характер ее целостности, специфику компонентов, особенности структуры и организации системы [12; 14; 16; 19; 20; 26].

Говоря о концепции медиасистемы, мы должны исходить из главного противоречия, которое разрешает медиасистема в процессе изменчи-

<sup>1</sup> IT-технологии. URL : <http://www.irkinfo.ru/informatsionnyi-potentsial-obshchestva.html>.

<sup>2</sup> URL : <http://21next.capital.ru/TforR/noosphere.htm> ; URL : <http://mykm.ru/view/view.asp?id={F35A5AB8-BFE5-425E-A2B7-BC9AF21A78DA}>.

ности в условиях жизни общества, обеспечивая необходимость обновлять в связи с этим информационный потенциал социальных субъектов. Проблема состоит в том, что информационному потенциалу личности, различных социальных общностей постоянно недостает знаниевых, аксиологических, организационно-поведенческих ресурсов, которые им необходимо непрерывно пополнять, обновлять, обогащать, чтобы полноценно участвовать в совместной согласованной деятельности по освоению и преобразованию мира.

Это, в первую очередь, связано с объективным процессом. «В информационной сфере, — пишет И. В. Соловьев, — реализуются все виды информационных взаимодействий. Это взаимодействие порождает изменчивость содержания, структуры и формы материальных объектов или сущностей микромира, макромира и мегамира. Там, где есть материя, есть взаимодействие; там, где есть взаимодействие, есть изменчивость; там, где есть изменчивость, есть информация» [28].

Это противоречие может обостряться, если субъекты духовного производства (наука, культура), духовно-практической деятельности (управление, образование, воспитание), а также практической (опыт, социальный капитал) допускают неадекватное обновление информационного потенциала общества по отношению к переменам в условиях жизни общества. Это происходит тогда, когда в информационном потенциале не отражаются в полной мере достижения духовного производства, интеллектуального потенциала общества. Полнота и качество информационного потенциала аудиторных групп зависит также от состояния технических, экономических и организационных ресурсов, кото-

рые могут существенно ограничить доступ к информации и к ее производству социальным субъектам.

Концепция медиасистемы вбирает в себя ее важнейшие интегративные качества, характеристика которых тесно связана с информационным потенциалом общества. К ним относятся слагаемые целостности медиасистемы: аспекты ее функциональной и структурной целостности, способствующие росту актуальности функционирования ее компонентов, коммуникативной целостности, а также познавательно-отражательной целостности, содержащейся в медиакартине мира как продукте сознания массовой аудитории, как основе ее информационного потенциала, выражаемой в знаниевых, аксиологических и проективно-поведенческих ресурсах.

#### ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЦЕЛОСТНОСТИ

Целостность медиасистемы проявляется прежде всего в ее функциональной модели, которая должна быть реализована и актуализирована так, чтобы обеспечить формирование информационного потенциала общества, адекватного условиям жизнедеятельности этого общества и тем достижениям, которые непрерывно обогащают духовно-теоретический и практический потенциал общества. На этой основе удовлетворяются потребности массовой аудитории, ее различных групп в освоении этого информационного потенциала, отражаемого в медиакартине мира, осваиваемой аудиторией.

Функциональная модель медиасистемы представляет собой целостное образование, включающее функции:

— организационно-управленческие, организационно-редакцион-

ные, функции редакционного менеджмента и маркетинга;

– функции журналистики как творческой деятельности;

коммуникативные функции различных видов социальной деятельности, в реализации которых медиасистема играет роль организатора массового информационного процесса и обладает структурами, механизмами сбора и распространения массовой информации.

В работах ряда ученых, в том числе С. Г. Корконосенко и Е. П. Прохорова, была выделена интегративная функция журналистики, что в системных исследованиях делать логично [37]. Рассматривая характер взаимосвязи медиасистемы и информационного потенциала общества, мы можем охарактеризовать эту интегративную функцию. Исходя из особенностей данной взаимосвязи и используя медийные средства, медиасистема обеспечивает непрерывное обновление, обогащение информационного потенциала общества адекватно процессам преобразований, происходящих в условиях жизнедеятельности социума и осуществляет удовлетворение потребностей личности, различных общественных групп в овладении информационным потенциалом, обогащении их знаниевых, аксиологических и проективно-поведенческих ресурсов. Эту функцию медиасистема осуществляет, обеспечивая функционирование общественного диалога, создавая отношения публичности между социальными субъектами духовно-теоретической, духовно-практической и практической деятельности.

Медиасистема обеспечивает также овладение массовой аудиторией информационным потенциалом общества в соответствии с ее потребностями и созданием личностью, различными социальными общностями

на этой основе своего информационного потенциала как аудиторией в целом, так и отдельными ее группами, существующими в системе общественного разделения труда. При этом происходит постоянное обновление знаниевых, аксиологических и проективно-поведенческих ресурсов в соответствии с непрерывными преобразованиями окружающей среды и адекватно интересам личности, различных общностей, задачам социального прогресса.

#### АСПЕКТЫ СТРУКТУРНО-КОММУНИКАТИВНОЙ ЦЕЛОСТНОСТИ

Медиасистема — это не только знаниевые, аксиологические, проективно-поведенческие ресурсы, осваиваемые массовой аудиторией. Это также потенциал коммуникативный, инфраструктурный, технологический и экономический, который обеспечивает формирование соответствующей медиакартины в сознании массовой аудитории и ее различных структур.

Важным компонентом любой социальной системы является ее структура. Академик В. Г. Афанасьев отмечает, что структура «служит» функциям системы [2]. Являясь способом связи компонентов системы, структура позволяет ей как целому предстать совокупностью отношений между частями. [1, с. 47]. Как отмечает Н. Т. Абрамова, структура обеспечивает превращение части в функциональную единицу целого. По ее мнению, важным аспектом изучения структуры целого является исследование **превращения каждой потенциальной части системы в актуальную.**

Актуализация различных частей целого в медиасистеме, в том числе информационной, редакционной, экономической, аудиторной, орга-



низационной, посредством оптимизации ее структуры — важнейшая проблема медиасферы. Она содержит, на наш взгляд, два взаимосвязанных процесса. Один из них связан с отражением в содержании медиасистемы информационного потенциала общества, с вовлечением в этот процесс различных субъектов сферы духовного производства, а также сфер духовно-практической и практической деятельности и с выявлением тех духовных продуктов, которые обогащают информационный потенциал общества. Другой процесс связан с тем, чтобы личность, различные социальные общности могли освоить информационный потенциал общества с учетом их информационных потребностей, определяемых занимаемым местом в системе социальных отношений.

При этом актуализация касается не только такой части, как информационная подсистема [34]. Это также и проблема технологической подсистемы, которая обеспечивает взаимодействие субъектов и производства и освоения информационного потенциала, и редакционной подсистемы, обеспечивающей сотрудничество с редакцией производителей, распространителей и потребителей информации. и экономической подсистемы, поддерживающей экономические отношения между всеми участниками массового информационного процесса, и организационной подсистемы, обеспечивающей организацию и самоорганизацию медиасистемы. Особо важная задача — сделать потенциальную аудиторию реальной [20; 32].

Информационная подсистема является важнейшей частью медиасистемы, вбирая в себя информационные ресурсы социальной среды — знаниевые, аксиологические, проективно-поведенческие и др.

Прежде всего она является носителем потенциальной информации, которая содержится в различных духовных продуктах (произведениях науки, искусства, мнениях, опыте, официальных материалах и др.) и может быть в дальнейшем через медиа отражена в сознании массовой аудитории. Другой тип потенциальной информации содержится в духовных продуктах, проходящих или прошедших стадию редакционной обработки. Потенциальной является также информация, которая распространяется посредством СМИ, но еще не освоена частью массовой аудитории. Реальной становится та информация, которая осваивается аудиторией, отражается в ее сознании медиакартинной мира.

В существенном обновлении нуждается организационная подсистема. Организатор, по Марксу, призван осуществлять общие функции<sup>1</sup>. В таком случае в его задачу в массовом информационном процессе входит реализовать интегративную функцию медиасистемы, а также коммуникативную и другие функции. Это прежде всего относится к коммуникативным функциям субъектов политической и экономической организации общества. Пока же организация информационной политики и информационного производства приводит часто к чрезмерной политизации, а в экономической сфере к коммерциализации медиасистемы [5; 6; 12; 16; 20]. Редакционный менеджмент пока не обеспечивает в должной мере актуализацию важнейших функций, способствующих формированию информационного потенциала общества, отвечающего потребностям личности, различных социальных общностей.

<sup>1</sup> URL : [http://samlib.ru/s/shumakow\\_a\\_i/a51.shtml](http://samlib.ru/s/shumakow_a_i/a51.shtml).

Функциональная модель медиасистемы содержит множество функций, но они недостаточно актуализированы по отношению к информационным потребностям многих групп духовно-практической и практической деятельности, а также к коммуникативным функциям многих сфер социальной деятельности [6; 26; 30; 33; 37].

Мы можем также констатировать недостаточную актуализацию и технологической, и экономической, и редакционной подсистем [32; 35; 36; 38]. Все это сказывается негативно на информационном потенциале общества и требует дальнейшей оптимизации структуры медиасистемы по отношению к каждой социальной общности, осуществляющей свою жизнедеятельность в различных социальных пространствах. А это возможно лишь тогда, когда в рамках этой общности формируются отношения публичности, отношения информационного взаимодействия внутри этой общности, а также между нею и ее средой.

Рождаемая при этом **структурная целостность** медиасистемы проявляется в формировании совокупности средств массовой информации, которая при ее оптимизации обеспечивает информационное взаимодействие между всеми социальными субъектами. Это происходит как в процессе формирования, обновления информационного потенциала общества, так и в процессе его освоения различными социальными общностями. Структурная целостность медиасистемы может быть охарактеризована как совокупность медиапространств, создаваемых в рамках различных социальных пространств, возникающих на основе общественного разделения труда, на основе общественно-групповых, социально-

групповых, этнических, гендерных и иных различий.

Медиапространство является одним из важных проявлений структурной целостности медиасистемы. Когда идет речь о едином медиапространстве, то имеется в виду широкая совокупность медиапространств, охватывающая все существующие в обществе медиапространства. Совокупность медиапространств существует в полиэтническом социальном пространстве, в пространстве региональном, а также в иных социальных пространствах, рожденных на основе общественного разделения труда.

Структурная целостность медиасистемы должна обеспечивать:

- постоянное, опосредованное медиасистемой массовое общение, общественный диалог между личностью, социальной общностью, другими социальными субъектами — участниками процессов взаимодействия между сферами духовно-теоретической, духовно-практической и практической деятельности. Это массовое общение является важным фактором создания и совершенствования идеологических, политических, организационных и других общественных отношений.

- реализацию интегративной функции медиасистемы по непрерывному обогащению информационного потенциала общества на базе все новых и новых достижений в сфере духовного производства, духовно-практической и практической деятельности;

- освоение массовой аудиторией информационного потенциала общества с учетом информационных потребностей социальных субъектов, в том числе в рамках медиапространств, существующих в системе общественного разделения труда, в сферах духовно-теоретической, ду-



ховно-практической и практической деятельности.

Существует множество определений медиапространства, анализ которых не входит в нашу задачу. Эти вопросы были решены в работах И. М. Дзялошинского и других авторов<sup>1</sup> [11; 12; 23; 39]. В структурном аспекте медиапространство — это **публичная сфера отдельной социальной общности**, субъекты которой имеют возможность удовлетворять свои потребности в массовой информации посредством СМИ, постоянно обновляя с их помощью свой информационный потенциал, осуществляя свое взаимодействие друг с другом и с окружающей социальной средой [40]. Медиапространство — это совокупность отношений информационного взаимодействия, образуемая медийными ресурсами в том или ином социальном пространстве, которое в этом случае становится публичным<sup>2</sup>.

В этом медиапространстве могут действовать сразу несколько СМИ или даже несколько медиасистем. Е. П. Прохоров был по-своему прав, связывая медиапространство с опре-

деленной территорией [22]. Проживающая на ней социальная общность может служить основой для формирования медиапространства. Оно может образоваться как с ориентацией на информационные запросы различных аудиторных групп: территориальных, этнических, профессиональных, профессиональных, детской, женской, мужской и др. Основой для образования различных медиапространств служат также структуры политики и экономики, науки и техники и др. С особенностями дифференциации в медиапространстве нас могут познакомить работы ряда современных исследователей. [3; 6; 25; 26; 29; 32].

Проведенное в Абхазии исследование кафедрой периодической печати МГУ выявило, к примеру, что в медиапространстве абхазского полиэтнического сообщества пользуются популярностью не только СМИ Абхазии, но и СМИ России. Особенно в плане международной информации и диалога культур. Активно использующие Интернет абхазские этносы пополняют свой информационный потенциал посредством и других СМИ с учетом своих информационных интересов и запросов [38].

И еще одно обстоятельство, на которое обращает внимание Е. Л. Вартанова. Она отмечает, что в зарубежных и отечественных медиаисследованиях сильна тенденция анализировать медиасистему как национальное образование [5]. Вместе с тем в медиапространстве России существует немало СМИ, принадлежащих иностранному капиталу, различным международным компаниям. Иными словами, их технологические, экономические и организационные информационные ресурсы не относятся к российским. Вместе с тем в медиапространстве России эти СМИ присутствуют, так как доступны

<sup>1</sup> Концепция формирования и развития единого информационного пространства России и со-ответствующих государственных информационных ресурсов (одобрена решением Президента РФ от 23 ноября 1995 г. № Пр-1694).

<sup>2</sup> Важные свойства медиапространства обнаруживаются в соотношении понятий «система» и «структура». Медиаструктура, как строение медиасистемы, как способ связи ее компонентов, призвана актуализировать потенциальные возможности компонентов, связать их между собой. И если нет оптимальной структуры, включающей в себя совокупность медиапространств, совокупность информационных взаимодействий между социальными субъектами, совокупность информационных отношений между ними, то нет и самой медиасистемы, несмотря на существование ряда ее компонентов.

для аудитории тех или иных медиапространств. Но входят ли они в национальную медиасистему?

Информационный потенциал личности — это всегда набор информационных потенциалов тех социальных общностей, к которым эта личность принадлежит. С учетом ее потребностей ею востребован не только информационный потенциал, связанный с ценностями всего общества. Нужны также информационные ресурсы различных структурных образований — этнических, региональных, профессиональных и других, различных организаций — политических, экономических, общественных и пр.

#### ПОЗНАВАТЕЛЬНО-ОТРАЖАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЦЕЛОСТНОСТИ

Познавательно-отражательные аспекты целостности — важный этап превращения потенциальной информации в реальную, обретаемую массовой аудиторией, включающей отдельную личность, различные социальные общности, носящей представительный характер по отношению к различным сферам социальной деятельности в процессе их взаимодействия.

Теоретическое, художественное, духовно-практическое и иное освоение информационного потенциала общества помогает социальным субъектам создавать в своем сознании медиакартину мира и участвовать в совместной познаватель-

ной, образовательной, аксиологической, производственной и иной практической деятельности. В постоянном медиавзаимодействии они реализуют всю совокупность функций, содержащихся в научной, художественной, мировоззренческой и иных картинах действительности [4; 5; 18; 21; 27; 31].

Концепция медиасистемы: на основе медийных средств обеспечить формирование информационного потенциала общества и его освоение массовой аудиторией, удовлетворяющей свои информационные потребности как социальных субъектов (личность, социальная общность, организация). Обеспечить также адекватность их информационных потенциалов процессам изменчивости в условиях жизни общества, динамике и характеру происходящих изменений, способствуя непрерывной корректировке их знаниевых, аксиологических и организационно-поведенческих ресурсов с помощью общественного диалога и медиакартины мира в сознании массовой аудитории и с учетом ее информационных потребностей.

Концепция медиасистемы вбирает в себя ее основные интегративные системные качества, взаимодействие которых рождает конечный интегративный результат. Это функциональная, структурная и познавательно-отражательная целостность медиасистемы.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова Н. Т. Целостность и управление / Н. Т. Абрамова. — М. : Наука, 1974. — 248 с.
2. Афанасьев В. Г. Системность и общество / В. Г. Афанасьев. — М. : Политиздат, 1980. — 368 с.
3. Вартанова Е. Л. Динамика общего и особенного: современные теоретические подходы к анализу российской медиасистемы / Е. Л. Вартанова // Параллели и меридианы медиапространства. — М. : Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. — 242 с.
4. Вартанова Е. Л. Editorial [О подходах к современным медиасистемам] / Е. Л. Вартанова // Меди@льманах. — 2014. — № 2. — С. 8–9.

5. Вартанова Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя / Е. Л. Вартанова. — М. : МедиаМир, 2015. — 136 с.
6. 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.
7. Горохов В. М. Интегрированные социальные коммуникации в журналистике / В. М. Горохов, М. Г. Шилина // Меди@льманах. — 2014. — № 3. — С. 12–27.
8. Демина И. Н. Методологические подходы к миссии и целям медиасистемы / И. Н. Демина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2013. — № 1. — С. 172–181.
9. Демина И. Н. Экономическая коммуникация. Обоснование термина / И. Н. Демина // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2012. — № 1. — С. 162–166.
10. Демченко Ю. Формирование (изменение) мира, основанного на знаниях, в условиях Информационной Революции / Ю. Демченко. — URL: <http://www.uazone.org/naph/newage-essay.html>.
11. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникативные стратегии социальных институтов / И. М. Дзялошинский. — М. : Изд-во АПК и ППРО, 2013. — 479 с.
12. Дзялошинский И. М. Современное медиапространство России / И. М. Дзялошинский. — М. : Аспект Пресс, 2015. — 312 с.
13. Засурский Я. Н. Коммуникация в обществе знаний. Российская журналистика 2008–2013 / Я. Н. Засурский. — М. : МедиаМир, 2013. — 296 с.
14. Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика / В. П. Коломиец. — М. : НИПКЦ Восход-А, 2014. — 328 с.
15. Копылов В. А. Информационное право / В. А. Копылов. — М. : Юристъ, 2005. — 283 с.
16. Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение / С. Г. Корконосенко. — М. : Логос, 2010. — 242 с.
17. Лазутина Г. В. Ведущее противоречие журналистики в условиях современной России как научная проблема: к разработке проекта исследования / Г. В. Лазутина // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2015. — № 5. — С. 108–115.
18. Мансурова В. Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации : монография / В. Д. Мансурова. — Барнаул : Изд-во Алт. гос. ун-та, 2002. — 237 с.
19. Параллели и меридианы медиапространства : к 85-летию Я.Н. Засурского : сборник. — М. : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2014. — 242 с.
20. Попов В. Д. Информациология и информационная политика / В. Д. Попов. — М. : Изд-во РАГС, 2001. — 118 с.
21. Проблематика СМИ: информационная повестка дня / под. ред. Г. С. Вычуба, Т. И. Фроловой, М. В. Шкондина. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 316 с.
22. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия / Е. П. Прохоров. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 352 с.
23. Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы : материалы науч.-практ. конф. 26–27 апреля 2013 г. / науч. ред. И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — М. : Изд-во Акад. повышения квалификации и проф. переподготовки работников образования, 2013. — 507 с.
24. Свитич Л. Г. Феномен журнализма / Л. Г. Свитич. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 252 с.
25. Смеюха В. В. Вопросы медиалогии / В. В. Смеюха. — Ростов н/Д. : Ростов. гос. ун-т путей сообщения, 2013. — 324 с.
26. Смирнова О. В. Стратегии печатных медиа в эпоху цифровых технологий / О. В. Смирнова // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 25–37.
27. Солганик Г. Я. Современная публицистическая картина мира / Г. Я. Солганик // Публицистика и информация в современном обществе. — М. : МГУ, 2000. — С. 14–15.
28. 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.

29. Средства массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 391 с.
30. Суходолов А. П. Теория журналистики требует фундаментальных исследований / А. П. Суходолов // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 1. — С. 14–21.
31. Тертычный А. А. О соотношении технологии и творчества в современной журналистике / А. А. Тертычный // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 77–88.
32. Типология периодической печати / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова [и др.] ; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М. : Аспект Пресс, 2009. — 236 с.
33. Тулупов В. В. Конвенциональная коммуникационная стратегия в журналистской деятельности / В. В. Тулупов // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2009. — № 5. — С. 20–49.
34. Фролова Т. И. Гуманитарная повестка СМИ и стратегии ее реализации / Т. И. Фролова // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 107–126.
35. Шкондин М. В. Журналистика как фактор освоения мира социумом / М. В. Шкондин // Социально-гуманитарные знания. — 2013. — № 4. — С. 62–73 ; № 5. — С. 45–55.
36. Шкондин М. В. Печатные СМИ в условиях трансформации медиасистемы / М. В. Шкондин // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. — 2013. — № 6. — С. 38–53.
37. Шкондин М. В. Функциональная целостность медиасистемы / М. В. Шкондин // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2014. — № 2. — С. 144–149.
38. Шулумба Б. В. СМИ Абхазии в формировании межэтнического климата / Б. В. Шулумба // Социально-гуманитарные знания. — 2014. — № 1. — С. 338–344.
39. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система / Е. Н. Юдина. — М. : Прометей, 2005. — 160 с.
40. 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.

#### REFERENCES

1. Abramova N. T. *Tselostnost' i upravlenie* [Integrity and management]. Moscow, Nauka Publ., 1974. 248 p.
2. Afanas'ev V. G. *Sistemnost' i obshchestvo* [Consistency and society]. Moscow, Politizdat Publ., 1980. 368 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. Editorial [On the approaches to contemporary media systems]. *Medi@l' manakh = Medi@lmanah Journal*, 2014, no. 2, pp. 8–9. (In Russian).
5. Vartanova E. L. *O sovremennykh media i zhurnalistike. Zametki issledovatelya* [About the contemporary media and journalism. Researcher's notes]. Moscow, MediaMir Publ., 2015. 136 p.
6. Svitich L. G., Smirnova O. V., Shiryayeva A. A., Shkondin M. V. *Gazety srednikh i malykh gorodov* [Newspapers of medium and small cities in Russia]. Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University Publ., 2015. 237 p.
7. Gorokhov M., Shilina M. G. Integrated Social Communications in Journalism. *Medi@l' manakh = Medi@lmanah Journal*, 2014, no. 3, pp. (In Russian).
8. Demina I. N. Methodological approaches to the mission and goals of media systems. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2013, no. 1, pp. 172–181. (In Russian).
9. Demina I. N. Economic communication. Substantiation of term. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2012, no. 1, pp. 162–166. (In Russian).

10. Demchenko Yu. *Formirovanie (izmenenie) mira, osnovannogo na znani-yakh, v uslovi-yakh Informatsionnoi Revolyutsii* [Formation of (changing) the world based on knowledge in the Information Revolution]. Available at: <http://www.uazone.org/naph/newage-essay.html>. (In Russian).

11. Dzyaloshinskiy I. M. *Mediaprostranstvo Rossii: kommunikativnyye strategii sotsial'nykh institutov* [Russian media space: communication strategies of social institutions]. Moscow, Academy of Professional Development and Retraining of Educators Publ., 2013. 479 p.

12. Dzyaloshinskiy I. M. *Sovremennoe mediaprostranstvo Rossii* [Modern Russian media space]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015. 312 p.

13. Zasurskii Ya. N. *Kommunikatsiya v obshchestve znaniy. Rossiiskaya zhurnalistika 2008–2013. Predislovie* [The communication in the knowledge society. Russian journalism 2008–2013. Foreword]. Moscow, MediaMir Publ., 2013. 236 p.

14. Kolomiyets V. P. *Mediasotsiologiya: teoriya i praktika* [Mediasociology: Theory and Practice]. Moscow, NIPKs Voskhod-A Publ., 2014. 328 p.

15. Kopylov V. A. *Informatsionnoe pravo* [Information Law]. Moscow, Yurist" Publ., 2005. 283 p.

16. Korkonosenko S. G. *Teoriya zhurnalistiki: modelirovanie i primeneniye* [The theory of journalism: modeling and application]. Moscow, Logos Publ., 2010. 242 p.

17. Lazutina G. V. Leading contradiction of journalism in modern Russia as a scientific problem: the development of a research project. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2015, no. 5, pp. 108–115. (In Russian).

18. 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.

19. *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.

20. Popov V. D. *Informatsiologiya i informatsionnaya politika* [Informatology and information policy]. Moscow, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration Publ., 2001. 118 p.

21. Vychub G. S., Frolova T. I., Shkondin M. V. (eds). *Problematika SMI: informatsionnaya povestka dnya* [The issue of media: information agenda]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2008. 316 p.

22. Prokhorov Ye. P. *Zhurnalistika i demokratiya* [Journalism and Democracy]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2004. 352 p.

23. Dzyaloshinskiy I. M., Pil'gun M. A. (eds). *Razvitie russkoyazychnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnye i eticheskie problemy. Materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii. 26–27 aprelya 2013 g.* [The development of the Russian-language media space: communication and ethical issues. Materials of Science and Practice Conference. 26–27 april 2013 r.]. Moscow, Academy of Professional Development and Retraining of Educators Publ., 2013. 507 p.

24. Svitich L. G. *Fenomen zhurnalizma* [The phenomenon of journalism]. Lomonosov Moscow State University Publ., 2000. 252 p.

25. Smeyukha V. V. *Voprosy medialogii* [Issues of mediology]. Rostov on Don, Rostov State Transport University Publ., 2013. 324 p.

26. Smirnova O. V. Print Media Strategies in the Age of Digital Technologies. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2013, no. 6, pp. 25–37. (In Russian).

27. Solganik G. Ya. *Sovremennaya publitsisticheskaya kartina mira. Publitsistika i informatsiya v sovremennoy obshchestve* [Modern journalistic picture of the world. Literature and information in modern society]. Lomonosov Moscow State University Publ., 2000, pp. 14–15. (In Russian).

28. 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 Investigations*, 2013, no. 6, pp. 66–71. (In Russian).

29. Zasurskii Ya. N. (ed.). *Sredstva massovoi informatsii Rossii* [Russian Media]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011. 391 p.

30. 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).
31. Tertychniy A. A. The Correlation of Technology and Creativity in Modern Journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2013, no. 6, pp. 77–88. (In Russian).
32. Anikina M. E., Baranov V. V., Voronova O. A. et. al.; Shkondin M. V., Resnyanskoy L. L. (eds). *Tipologiya periodicheskoy pechati [Typology periodicals]*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2009. 236 p.
33. Tulupov B. B. Conventional Communication Strategy in Journalistic Practices. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2009, no. 5, pp. 20–49. (In Russian).
34. Frolova T. I. Humanitarian Agenda in Media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2013, no. 6, pp. 107–126. (In Russian).
35. Shkondin M. V. Journalism as a factor in the development of the society of the world. *Sotsial'no-gumanitarnyye znaniya = Socially-humanitarian knowledge*, 2013, no. 4, pp. 62–73, no. 5, pp. 45–55. (In Russian).
36. Shkondin M. V. The Print during the Transformation of Media System. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika = Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism*, 2013, no. 6, pp. 38–53. (In Russian).
37. Shkondin M. V. Functional integrity of the media system. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2014, no. 2, pp. 144–149. (In Russian).
38. Shulumba B. V. Abkhazian media in the formation of interethnic climate. *Sotsial'no-gumanitarnyye znaniya = Socially-humanitarian knowledge*, 2014, no. 1, pp. 338–344. (In Russian).
39. Yudina E. N. *Mediaprostranstvo kak kul'turnaya i sotsial'naya sistema [Media space as a cultural and social system]*. Moscow, Prometei Publ., 2005. 160 p.
40. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society*. Cambridge, MIT Press, 1962. 301 p.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

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](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2015.4(4).335-348).

#### REFERENCE TO ARTICLE

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](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2015.4(4).335-348). (In Russian).