
ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

THEORY OF JOURNALISM

УДК 070.1

ПЕРИОДИЗАЦИЯ И АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ

А. Д. БОРЕЙКО¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Раскрывается суть организационной деятельности СМИ как важного регулятора современного медиапроцесса. Рассматривается эволюция научных представлений о сущности понятия «организационная деятельность» и их отражение в теории журналистики. Обзор и анализ научных работ, посвященных организационной функции журналистики и сотрудничеству редакций с аудиторией, позволяют определить ключевые теоретические аспекты изучения организационной деятельности СМИ, выделить этапы развития и проследить трансформацию взглядов по изучаемой проблеме.

Ключевые слова: организация; организационная деятельность СМИ; организационная функция журналистики; интерактивность; взаимодействие с аудиторией.

PERIODISATION AND ASPECTS OF THE RESEARCH OF ORGANISATIONAL ACTIVITIES OF THE MEDIA

A. D. BOREYKO^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The article is devoted to the organisational activities of the media as an important regulator of the modern media process. The author considers the evolution of scientific ideas about the essence of the concept of «organisational activity» and their

Образец цитирования:

Борейко АД. Периодизация и аспекты изучения организационной деятельности СМИ. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика*. 2020;2:4–12.

For citation:

Boreyko AD. Periodisation and aspects of the research of organisational activities of the media. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics*. 2020;2:4–12. Russian.

Автор:

Анастасия Дмитриевна Борейко – аспирантка кафедры медиалогии факультета журналистики. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Н. А. Федотова.

Author:

Anastasia D. Boreyko, postgraduate student at the department of medialogy, faculty of journalism.
boreyko.nastia@gmail.com

reflection in the theory of journalism. A review and analysis of scientific papers on the organisational functions of journalism and cooperation allows us to determine the theoretical aspects of the study of organisational activities and the dissemination of information.

Keywords: organisation; organisational activities of the media; organisational function of journalism; interactivity; interaction with the audience.

Введение

Эффективность деятельности СМИ основывается на удовлетворении запросов и ожиданий аудитории. В советские годы значимой и единственно возможной формой расширения и укрепления связи с читателями, средством сбора информации о социальной действительности являлись письма в редакцию. Сегодня тотальная цифровизация медиапространства диктует новые условия общения с пользователями: оно осуществляется не посредством влияния, а через взаимодействие с читателями, зрителями и слушателями.

Современные технологии и возможности интернет-пространства придали организационной функции журналистики новые черты, сделали ее реализацию масштабнее и вместе с тем проще и удобнее. Работу с редакционной почтой дополняет работа с комментариями. Взаимодействие с внештатными авторами, рабселькорами, которое было актуально для советской печати, в наши дни проявляется как активное сотрудничество СМИ с блогерами,

лидерами мнений в интернете. С появлением социальных сетей редакциям стало проще осуществлять организационно-массовую работу.

Сегодня взаимодействие журналистов с очевидцами событий, инсайдерами, оперативный доступ к аудитории через коммуникационные каналы способствуют самоорганизации общества, удовлетворению его информационных запросов. Вместе с тем небывалая конкуренция традиционных и новых медиа за доверие и признание аудитории актуализирует внимание исследователей к организационной деятельности СМИ как способу влияния на общественные процессы и взгляды аудитории.

Анализ научно-теоретических трудов, изложенный в данной статье, позволит выявить сущность понятия «организационная деятельность СМИ», обозначить периоды и ключевые аспекты исследований, определить актуальный вектор изучения организационной функции журналистики в эпоху цифровых технологий.

Периоды изучения и роль организационной деятельности СМИ

Прежде чем перейти к рассмотрению аспектов изучения организационной деятельности СМИ, остановимся на значении слов «организовать» и «организация». Согласно историко-семантическому словарю современного русского языка слово «организовать» происходит от французского *organizer* и датируется XIV в. [1, с. 603]. Наиболее подходящими в контексте данного исследования представляется значение «объединить, сплотить для какой-либо цели; внести во что-либо известный порядок, планомерность, упорядочить» [2, с. 637]. В логическом словаре слово «организация» разъясняется как «деятельность, связанная с упорядочением, налаживанием, устройством и приведением в систему чего-либо» [3, с. 360]. Профессор В. В. Ученова определила организацию в контексте функций советской печати как объединение действий совокупности людей ради достижения общей цели [4, с. 140]. Заметим, что в большинстве случаев понятие «организация» употребляется с точки зрения действия, т. е. в деятельностном контексте.

В теории журналистики нет устоявшегося и четкого толкования понятия организационной деятельности СМИ, содержание и границы которого размыты и напрямую связаны с определением функций журналистики. В истории изучения ор-

ганизационной деятельности СМИ условно можно выделить три периода:

- 1) советский (1950–1990);
- 2) постсоветский (1991–1999);
- 3) современный (с 2000 г.).

В советский период организационная деятельность берет свое начало из пролетарской, коммунистической печати. При определении этапов в изучении организационной деятельности СМИ учитывались работы советских и российских ученых, исследующих журналистику. Однако нельзя не отметить, что идею об организаторской функции прессы в самом начале XX в. развивал В. И. Ленин в произведениях «Что делать?», «Революционные дни», «О характере наших газет» и др. Организаторская функция печати (название, принятое в советской теории журналистики) того времени предполагала, что деятельность редакций главных газет будет иметь идейно-политическую направленность, а сами редакции станут организационными центрами коммунистической партии. После III съезда РСДРП реализация данной функции прессы несколько изменилась: газеты начали выступать координаторами партийных и беспартийных рабочих масс вокруг большевистской партии. В дооктябрьский период организаторская функция прессы была всецело направлена на

распространение газеты, после Октябрьской революции – на решение задач социалистического строительства и формирование социалистического соревнования. Контроль за действенностью публикаций газеты становился государственным делом, приобретал силу закона.

В советской системе журналистики свойства организаторской функции СМИ заключались в том, чтобы после критики в печати, на радио или телевидении в кратчайший срок на страницах той же газеты давалось опровержение или предоставлялись сведения об исправленных недостатках. Следовательно, руководители предприятий, учреждений были обязаны принимать меры по устранению недочетов и сообщать об этом редакции, которая, в свою очередь, информировала население. Многие десятилетия большинство советских авторов использовали в своих трудах учение В. И. Ленина о триединстве функций советской печати – агитационной, пропагандистской, организационной.

Так, в книге И. А. Портянкина «Основные функции и принципы партийной и советской печати» (1955) подчеркивается, что три указанные функции были неразрывно связаны между собой: «Попытка осуществить организаторскую функцию без активного, действенного развития на страницах газеты агитации и пропаганды, неизбежно приводят газету к притуплению чувства времени, к потере оперативности и действенности, к отставанию от жизни и превращению в бесполезный, никому не нужный листок» [5, с. 14]. В 1970-х гг. роль организационной функции в исследованиях советских авторов существенно возросла. В произведении «Функции печати нового типа» Л. И. Копяк отмечает, что формирование массовой работы определяет лицо газеты и эффективность ее деятельности в целом: «Массовая работа редакций устанавливает тесное взаимодействие между газетой и ее аудиторией, обеспечивает приток разнообразного материала: для опубликования, для ознакомления с настроениями, мыслями, взглядами читателей, с их мнением о газете» [6, с. 65].

По утверждению Н. А. Шиманова, со временем организаторская работа получила первостепенное значение и стала главной задачей прессы молодого государства. Миллионы рабочих, крестьян следова-

ло не только поднять на строительство новой жизни, но и научить работать не на хозяина (капиталиста), а на себя. Кроме того, надо было привлечь их к управлению государством и производством [7, с. 60]. И. П. Магай подчеркивает специфичность организаторской функции, выделяет ее особенности, говорит про выработку предельных форм организационно-массовой работы [8, с. 32]. Подробно о формах реализации организаторской функции писали С. В. Цукасов¹, В. Н. Ганичев², С. Г. Корконосенко³, Ю. Н. Богатырева⁴ и К. И. Иванов⁵. Организационной работой на телевидении занимались Г. В. Кузнецов⁶ и Л. А. Рукавишников⁷, а организационной деятельностью буржуазной прессы – советские ученые Ю. Я. Орлов⁸, А. Г. Менделеев⁹ и Н. А. Шиманов¹⁰.

Если в советский период исследователи отводили ведущую роль организационной деятельности СМИ, то современные представления о ней претерпевают некоторые изменения. Так, в комплексном исследовании функциональных обязанностей современной журналистики А. Н. Соколова утверждает, что «потребность институтов государства или гражданского общества в определенного рода организации населения (например, его мобилизации, интеграции, регулировании некоторых его действий), а общества, в свою очередь, – контролировать деятельность социальных институтов и их должностных лиц, пройдя соответствующее осмысление в идеологическом компоненте системы функций журналистики, выражается в организационной деятельности СМИ» [9, с. 134]. При этом необходимые организационные меры зависят от идеологических установок, СМИ и ценностей каждого журналиста в отдельности. По мнению исследователя, кроме перечисленных выше задач, организационная деятельность сопутствует реализации всех прочих функций журналистики: обзорной функции (повестка дня), формированию культуры, рекламы и PR, рекреативной деятельности, организации форумов [9, с. 135].

Некоторые современные исследователи отличают организационную функцию в числе дополнительных или специальных. Например, у Я. Н. Засурского организационная функция, помимо прочего, входит в состав аналитической функции [10, с. 26]. Е. В. Ахмадулин организационную функцию рас-

¹Цукасов С. В. Время зрелости. Пресса развитого социализма и ее эффективность. М. : Мысль, 1979. С. 228.

²Ганичев В. Н. Молодежная печать: история, теория и практика. М. : Мысль, 1976. С. 286.

³Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М. : Аспект Пресс, 2001. С. 287.

⁴Богатырева Ю. Н. Формы организаторской работы в детской прессе // Проблемы журналистики : межвуз. сб. Вып. 10. Организаторская функция печати, радио и телевидения. Ленинград, 1979. С. 89–98.

⁵Иванов К. И. Организаторская функция печати : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Минск, 1988. С. 147.

⁶Кузнецов Г. В., Цвик В. Л., Юровский А. Я. Телевизионная журналистика. М. : Высш. шк., 2002. С. 304.

⁷Рукавишников Л. А. Организаторская функция телевидения // Проблемы журналистики. Вып. 10. С. 98–111.

⁸Орлов Ю. Я. Западногерманское буржуазное газетоведение о функциях и принципах печати // Современные буржуазные теории журналистики / под ред. Я. Н. Засурского. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1967. С. 191.

⁹Менделеев А. Г. Что за газетным словом? М. : Мысль, 1979. С. 181.

¹⁰Шиманов Н. А. Общественные функции и идейные принципы коммунистической прессы. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1974. С. 117.

смаатривает как часть функции регулирующей: «Она непосредственно нацелена на достижение определенных перемен в социальной практике, в поведении социальных институтов, социальных групп, общностей людей и отдельных индивидов. Средства массовой коммуникации могут добиваться определенных социальных действий в среде жизнедеятельности своей аудитории путем анализа фактов и явлений текущей действительности, критики недостатков, рекомендаций по их устранению, показа ближайших и будущих целей развития общества и путей их достижения. В результате коммуникации членов аудитории по поводу такой целеполагающей информации и возникают

конкретные социальные действия людей, вовлеченных в коммуникативное поле, что, собственно, и является реализацией организаторской функции журналистики» [11, с. 242].

Известный российский ученый С. Г. Корконосенко пишет о том, что благодаря организационной функции СМИ происходят сдвиги в социальной практике и поведении отдельных групп общества. Организационная активность может осуществляться как путем воздействия на сознание аудитории через публикации, так и с помощью налаживания непосредственного общения и взаимодействия людей, т. е. организационно-массовой работы журналистов [12, с. 190].

Идейно-управленческий аспект изучения организационной деятельности СМИ

Организационную деятельность в советский период рассматривали, как правило, в идейном и непосредственно практическом аспектах и придавали ей социально-политическую окраску. Размышляя о назначении газеты, В. В. Ученкова приходит к выводу, что организаторская функция проявляется в различных способах практического объединения аудитории: организационно-массовой работе редакции с нештатными авторами, объединении вокруг газеты широких слоев населения, концентрации усилий и намерений людей на целенаправленном, социально значимом действии [13, с. 3]. Зарождение и расцвет рабселькоровского движения стали отличительной чертой организационной деятельности советских СМИ. Существенное внимание уделялось организаторской работе с детьми и молодежью, в редакциях открывались школы юных корреспондентов и пионеров. Активная позиция аудитории регулярно находила отражение на страницах советских газет.

Исследователи Г. И. Хмара и В. П. Смирнов ставили знак равенства между организаторской и управленческой функциями, отмечая лишь то отличие, что в управленческой функции формирование мнений и побуждение к действию исходит от правительства, а в организационной инициатором той или иной общественной акции становятся средства массовой информации [14, с. 188].

В 1980-х гг. исследователями журналистики культивировалась идея о влиянии организационной деятельности СМИ на поведение людей. Известный философ, социолог Б. А. Грушин, описывая управленческую деятельность по распространению информации среди населения, выделяет функцию организации поведения, совпадающую «с прекращением, изменением или инспирированием какого-либо действия представителями аудитории» [15, с. 86]. Речь идет о воздействии на поведение людей, причем степень этого воздействия, по мнению исследователя, зависит от авторитета СМИ, характера сообщения и включенности аудитории и от-

дельных представителей в систему деятельности медиа.

Советский социолог И. Д. Фомичева, поддерживая концепции Б. А. Грушина, в книге «Печать, телевидение и радио в жизни советского человека» (1987) описывала деятельно-преобразующую функцию, т. е. функцию организации поведения. При этом отмечалось, что в трактовке Б. А. Грушина данная функция оказывается узко социализаторской, поскольку ее осуществляют органы управления по отношению к массам, аудитории, и предлагалось рассматривать организаторскую функцию журналистики как средство участия личности в управлении, установления социальных контактов, способ осуществления демократии [16, с. 41].

Для реализации организационной функции в редакциях создавались внештатные отделы, корреспондентские пункты, редакционные советы, социологические лаборатории и общественные приемные. Не менее важной была работа с редакционной почтой. Существенное значение в изучении этого направления имеют труды А. И. Верховской, предложившей идею управленческого воздействия писем, суть которой заключалась в возможности с помощью организационной деятельности влиять на сознание и поведение общественного корреспондента. Цель этого воздействия – воспитание в сознании «идейной убежденности и политической зрелости, ответственности за свою непрофессиональную деятельность в журналистике, понимания общественного назначения средств массовой информации» [17, с. 143].

Организационную деятельность А. И. Верховская рассматривает как один из методов журналистской деятельности, а письма в редакцию – как инструмент сбора информации о социальной действительности: «Газета сама во многом определяет характер своей почты, и для того, чтобы воспитать читателя, приучить его не обращаться в редакцию по пустякам, оградить себя от писем-пустышек и поднять свой авторитет, необходимо постоянно

наблюдать за составом почты. Таким образом, анализ почты позволяет редакции более точно регулировать и направлять обратную связь от аудитории, делать ее эффективнее» [18, с. 22].

В конце 1980-х гг. исследователь К. И. Иванов обращал внимание на возросшую связь между управлением и организацией в печати, а результатами организационной функции СМИ называл регулирование функционирования системы социальной информации, интеграцию людей на основе общих ценностей, координацию действий аудитории, социализацию личности как следствие воспитательной работы печати, удовлетворение эстетических потребностей аудитории, а также оценку и прогнозирование явлений в общественной жизни [19, с. 48].

В постсоветский период, когда монополия на власть коммунистической партии была разрушена, появились политические условия для легального развития плюрализма не только идей и мнений, но и общественных структур, гражданских инициатив. Объединения людей вокруг СМИ постепенно трансформировались в создание независимых общественных и политических партий. Если в начале 1990-х гг. наблюдался резкий подъем и преобладание читательских мнений в газетах, то к концу 1990-х гг. произошло резкое сокращение участия аудитории в жизни редакции, а организационная функция перестала упоминаться большинством исследователей. Ее заменили функции управления, критики, корреляции, социализации, формирования общественного мнения и т. д.

Процесс изменения характера связей населения с редакциями, причины ослабления диалога между должностными лицами, массовой аудиторией и прессой профессор Т. Д. Орлова поясняет так: «Традиционные формы и методы работы с аудиторией перешли в разряд необязательных. <...> Постепенно исчез контроль за судьбой читательских писем, отчетность об их рассмотрении и принятии мер была сведена к нулю. Многие СМИ резко сократили или даже исключили затраты на изучение своей аудитории. <...> Отработанные годами способы взаимодействия с читателями были утрачены, следом ослабла, а в некоторых случаях и вовсе прервалась связь редакций и аудитории. Сотрудники редакции посвящали себя новым задачам – продвижению СМИ, обеспечению его экономической успешности, привлечению рекламодателей» [20, с. 249].

В постсоветский период в работе с авторским активом тоже произошли изменения: количество внештатных авторов значительно сократилось, прежние формы взаимодействия с рабселькорами превратились в индивидуальную работу журналистов, основанную на личных встречах, беседах и переписке с аудиторией. Позже в редакциях стали упразднять отделы писем и снижать численность внештатных сотрудников. Многолетняя традиция

диалога между представителями власти и массовой аудиторией постепенно сводилась на нет.

Вместе с тем в 1990-х гг. была популярна такая форма организационной деятельности СМИ, как горячая линия. Однако Т. Д. Орлова подчеркивает, что «в телевизионной журналистике Беларуси подобный диалог представлен слабо... лишен остроты, проблемности, полемичности. Все вопросы и обращения телезрителей отфильтрованы, пропущены через комментарии ведущего» [20, с. 258]. Формы организационно-массовой работы были направлены исключительно на стимулирование интереса, привлечение и расширение аудитории.

Организационную деятельность СМИ Т. Д. Орлова рассматривает в качестве методов и приемов управления активностью аудитории, акцентирует внимание на важности постоянной включенности редакции в заботы и интересы своих читателей, слушателей и зрителей. При этом исследователь исходит из гуманистических идей, подчеркивая мысль о том, что важно относиться к аудитории как к ценности, а не как к товару [20, с. 269].

Профессор Е. П. Прохоров выделил несколько направлений руководящей деятельности в рамках непосредственно организаторских функций журналистики. По его мнению, «как вид журналистской деятельности организаторская работа СМИ может быть направлена на самые различные формы активности – от укрепления, изменения или преобразования установок поведения в труде, общественной жизни, в быту до формирования активного стиля поведения в ходе выборов. А желаемый итог – инициативное участие в жизни партий, союзов, ассоциаций, вплоть до выдвижения в ряды организаторов общественных акций или выступления лидерами общественного мнения и организаторами жизни общественных объединений. Тем самым журналистика своей творческой активностью формирует гражданскую активность аудитории и, разумеется, ее направленность» [21, с. 83]. Как известно, в своих трудах Е. П. Прохоров аргументированно и всесторонне обосновывал роль журналистики как «четвертой власти». Однако, оценивая нынешние технологические и посреднические ресурсы журналистики, более точно деятельность СМИ охарактеризовала Е. В. Ахмадулина, отметив, что «влияние и власть не одно и то же» [11, с. 240]. СМИ в процессе осуществления организационной деятельности скорее воздействуют на общество и власть, а не управляют ими.

Обобщая взгляды исследователей советского и постсоветского периодов на суть и назначение организационной функции СМИ, следует подчеркнуть, что в целом им свойственен идейно-управленческий вектор. Примечательно, что он может быть использован для достижения различных целей – от консолидации и объединения аудитории до влияния на ее поведение, в том числе и формирование гражданской активности.

Интерактивный аспект организационной деятельности СМИ

На современном этапе организационная деятельность СМИ становится значимой научной проблемой и актуализирует новый интерактивный аспект ее изучения, обусловленный цифровизацией журналистской деятельности, когда организационная функция реализуется все в большей степени через интернет и социальные медиа.

По мнению исследователей, организационная деятельность СМИ может способствовать сплочению людей, которым нужно предоставить площадку для диалога и обсуждения общественно значимых проблем.

Исследователь И. Л. Михайлин полагает, что рассматриваемая функция проявляется в самоорганизации и структурировании общества благодаря журналистике. Также автор квалифицирует функции артикуляции и корреляции как выполнение журналистикой своей непосредственной организационной роли [22, с. 152].

Философ М. Б. Боков развивает идеи профессора Е. П. Прохорова и определяет социально-организационную функцию как способность СМИ формировать и развивать различные социальные структуры, в том числе институты гражданского общества. Автор подчеркивает, что в настоящее время социально-организационная функция СМИ в первоначальном ее значении (объединение и сплочение людей вокруг конкретной идеи, цели) сведена к минимуму. Она характерна в большей степени для региональных и муниципальных печатных изданий, которые могут активно работать с молодежными, экологическими и культурными организациями, помогать им в становлении и росте, информировать об их деятельности, озвучивать их интересы и проблемы, продвигать на региональном общественном поле [23, с. 48]. Однако с развитием информационных технологий реализовывать эти действия стали социальные медиа. Ресурсы интернета позволили объединяться в виртуальные сообщества, дискутировать на различные темы и самостоятельно кооперировать людей вокруг важных проблем, оказывая влияние на формирование повестки дня.

Сегодня исследователи журналистики все чаще оперируют термином «интерактивность», частично передавая ему роль организационной деятельности СМИ. Так, Е. А. Зверева подразумевает под названным понятием активность аудитории, выраженную во взаимодействии с редакцией, и полагает, что в современной теории журналистика рассматривается, с одной стороны, как симметрия отношений между издателем и читателем, а с другой – как возможность постоянного доступа пользователей к контенту и взаимодействия с ним, поскольку современной публике нравится быть полноценным участником происходящего, а не только наблюдателем, поглощающим информацию. Е. А. Зверева

пишет также о новой интерактивности, которая связана с появлением фильтрации, выбора информации, возможностью взаимодействовать не только с редакцией, но и друг с другом [24, с. 170].

Е. А. Колесникова понимает интерактивность не только как источник безграничных демократических свобод и перспектив, но и как инструмент формирования и контроля политического диалога в обществе [25, с. 163]. Автор считает, что понятие «интерактивность» шире, чем обратная связь, так как «кроме реакции, отклика на информационное воздействие интерактивность предполагает более широкие возможности: контроль пользователя над содержанием, участие в его формировании через постановку проблем для освещения и обсуждения, инициативу в обсуждении, авторство, обмен мнениями с другими пользователями» [25, с. 181].

Эту мысль поддерживает Д. В. Платонова и говорит о некорректности употребления термина «обратная связь» в случае, если речь идет о людях, участвующих в производстве информации в том же объеме, что и профессиональные журналисты, предлагая называть взаимодействие СМИ и общества «информационным участием» [23, с. 139]. Схожая точка зрения прослеживается и в работах М. Б. Бокова: «Социальное участие через СМИ состоит в использовании их способности не только информировать людей, но и связывать их между собой, создавая новые сообщества, предоставляя площадки для обмена мнениями как отдельным гражданам, так и общественным организациям» [26, с. 49].

Смысл социально-организационной функции И. Д. Фомичева видит в «постоянном цементировании, регулярной актуализации тех социальных сцепляющих механизмов, которые позволяют сохраняться существующим, а также воспроизводиться новым общностям» [27, с. 69]. По мнению исследователя, именно благодаря регулярной организационной деятельности СМИ складывается общая информационная платформа и единая повестка дня, в рамках которой общество актуализирует систему ценностей и норм, свою способность к интеграции [27, с. 75]. Кроме того, И. Д. Фомичева характеризует социально-организационную функцию как укрепляющую единый дух и волю уже существующих общностей и отдельно выделяет социально-креативную функцию, помогающую оформиться еще не сложившимся сообществам [27, с. 68]. При этом последняя осуществляется через функцию форума, тесно связанную с социальным участием, значимость которого заключается в возможности проявления инициативы в постановке вопросов, артикуляции общественных запросов и формировании самими гражданами повестки дня [27, с. 90].

В данном контексте важен вопрос об изменении роли журналиста в современном организационном процессе. И. Д. Фомичева обращает внимание на то, что журналист «нужен общественности не как трибун и просветитель, а как добросовестный информатор и организатор (модератор) форума» [27, с. 82], поскольку именно профессиональные журналисты могут донести информацию до власти, субъектов принятия решений и вместе с обществом контролировать, как эти решения воплощаются в жизнь.

И. Н. Демина и М. В. Шкондин пишут об организационной целостности массового информационного процесса и рассматривают организацию как системное свойство журналистики: «Журналистика как социальная система должна располагать широкой совокупностью организационных отношений между всеми участниками массового информационного процесса, теми, кто создает интеллектуальные ресурсы, кто производит, распространяет и потребляет информацию на основе этих ресурсов» [28, с. 18].

Интегративным результатом функционирования журналистики И. Н. Демина и М. В. Шкондин называют публичность. Для того чтобы различные виды социальной деятельности стали открыты и доступны обществу, они рекомендуют создавать и совершенствовать оптимальные механизмы взаимодействия в медийном пространстве между участниками производства, распространения и по-

требления массовых информационных ресурсов, а также обеспечивать создание на этой основе в сознании массовой аудитории реальной медиакарты мира, полагаясь на интересы и потребности общества, различные социальные структуры, с учетом характера общественного разделения труда [28, с. 18]. Во многом эта идея соответствует западной традиции публичности, в частности концепции публичной сферы Ю. Хабермаса, который рассматривал СМИ как регулятор социальной жизни и особую площадку для формирования общественного мнения, тем самым описывая идеальную схему общения [29, с. 244].

На современном этапе именно интерактивный аспект осуществления организационной деятельности заслуживает особого внимания со стороны исследователей журналистики, так как возвращает право СМИ вести открытую общественную дискуссию. Благодаря новым технологическим возможностям и инструментам взаимодействия СМИ и аудитории журналистика может стать инструментом формирования актуальной совместной повестки дня.

Обобщив существующие представления, организационную деятельность СМИ следует понимать как совокупность механизмов взаимодействия медиа с аудиторией и институтами власти для консолидации общества, управления активностью аудитории и формирования актуальной повестки дня.

Заключение

Анализ научно-теоретических представлений об организационной деятельности СМИ позволяет сделать ряд выводов. В зависимости от понимания сути и целей организационной деятельности СМИ можно выделить три периода: советский, постсоветский и современный. Разрозненные мнения исследователей журналистики в указанные периоды могут быть рассмотрены в идейно-управленческом и интерактивном аспектах. Какую бы цель ни выделяли в качестве центральной (объединение ауди-

тории, влияние на ее поведение или оценка действий власти и социальных институтов), ученые придают огромное значение организационной деятельности СМИ и ее роли в урегулировании взаимодействия между различными субъектами коммуникации. Таким образом, интерактивный аспект изучения организационной деятельности СМИ, связанный с формированием повестки дня, является приоритетным и перспективным вектором для исследователей журналистики.

Библиографические ссылки

1. Черных ПЯ. *Историко-этимологический словарь современного русского языка. Том 1.* Москва: Русский язык; 2004. 623 с.
2. Евгеньева АП. *Словарь русского языка. Том 2.* Москва: Русский язык; 1982. 736 с.
3. Кондаков НИ. *Логический словарь-справочник.* Москва: Наука; 1975. 721 с.
4. Ученова ВВ. *Основы марксистско-ленинского учения о журналистике.* Москва: Издательство Московского университета; 1981. 200 с.
5. Портянкин ИА. *Основные функции и принципы партийной и советской печати.* Москва: Издательство Московского университета; 1955. 55 с.
6. Копяк ЛИ. *Функции печати нового типа.* Свердловск: Уральский государственный университет; 1974. 114 с.
7. Шиманов НА. *Общественные функции и идейные принципы коммунистической прессы.* Москва: Издательство Московского университета; 1974. 117 с.
8. Магай ИП. *Методологические проблемы журналистского мастерства. Функции прессы и социальная роль журналиста.* Москва: Издательство Московского университета; 1979. 63 с.

9. Соколова АН. *Развитие теоретических представлений о функциях журналистики* [диссертация]. Москва: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; 2010. 159 с.
10. Засурский ЯН, редактор. *Средства массовой информации постсоветской России*. Москва: Аспект Пресс; 2002. 303 с.
11. Ахмадулин ЕВ. *Основы теории журналистики*. Ростов-на-Дону: Феникс; 2009. 350 с.
12. Корконосенко СГ. *Основы журналистики*. Москва: Аспект Пресс; 2001. 287 с.
13. Ученова ВВ. Предугадать, как слово отзовется... В: Алексеев ВА, редактор. *Проблемы журналистики. Выпуск 10. Организаторская функция печати, радио, телевидения*. Ленинград: Ленинградский государственный университет имени А. А. Жданова; 1979. с. 3–14.
14. Хмара ГИ. *Проблемы социологии печати. История, методология, методика*. Новосибирск: Наука; 1969. 188 с.
15. Грушин БА, Оников ЛА, редакторы. *Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования*. Москва: Политиздат; 1980. 446 с.
16. Фомичева ИД. *Печать, телевидение и радио в жизни советского человека*. Москва: Издательство Московского университета; 1987. 166 с.
17. Верховская АИ. Журналист и методы организации массового сотрудничества с редакцией. В: Горохов ВМ, редактор. *Методы журналистского творчества*. Москва: Издательство Московского университета; 1982. с. 133–149.
18. Верховская АИ. *Письмо в редакцию и читатель*. Москва: Издательство Московского университета; 1972. 272 с.
19. Иванов КИ. *Организаторская функция печати* [диссертация]. Минск: Белорусский Орден Трудового Красного Знамени государственный университет имени В. И. Ленина; 1988. 147 с.
20. Орлова ТД. Сотрудничество редакции с аудиторией. В: Корконосенко СГ, редактор. *Основы творческой деятельности журналиста*. Санкт-Петербург: Знание; 2000. с. 246–269.
21. Прохоров ЕП. *Введение в теорию журналистики*. Москва: Аспект Пресс; 2011. 351 с.
22. Михайлин ИЛ. *Основы журналистики*. Харьков: ХИФО; 2004. 350 с.
23. Боков МБ. Коммуникативная функция СМИ. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2009;5:31–52.
24. Зверева ЕА. Модель «новой интерактивности» в журналистском сегменте: трансформация возможностей медиапотребления. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2012; 2:69–176.
25. Колесникова ЕА. Интерактивность как глобальный признак молодежных массмедиа. *Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2009;3:178–184.
26. Платонова ДВ. Информационное участие и формы его реализации в СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 2011;1:131–141.
27. Фомичева ИД. *Социология СМИ*. Москва: Аспект Пресс; 2007. 335 с.
28. Демина ИН, Шкондин МВ. Журналистика как фактор публичности: системные аспекты. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2017;6(1):14–29. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(1).14-29.
29. Хабермас Ю. *Структурное изменение публичной сферы. Исследования относительно категории буржуазного общества*. Беляев ММ, редактор. Иванов ВИ, переводчик. Москва: Весь мир; 2016. 344 с.

References

1. Chernyh PJa. *Istoriko-etimologicheskii slovar' sovremennogo russkogo yazyka. Tom 1* [Historical and etymological dictionary of the modern Russian language. Volume 1]. Moscow: Russkii yazyk; 2004. 623 p. Russian.
2. Evgen'eva AP. *Slovar' russkogo yazyka. Tom 2* [Dictionary of the Russian language. Volume 1]. Moscow: Russkii yazyk; 1982. 736 p. Russian.
3. Kondakov NI. *Logicheskii slovar'-spravochnik* [Logical dictionary]. Moscow: Nauka; 1975. 721 p. Russian.
4. Uchenova VV. *Osnovy marksistsko-leninskogo ucheniya o zhurnalistike* [Fundamentals of the marxist-leninist doctrine of journalism]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1981. 200 p. Russian.
5. Portyankin IA. *Osnovnye funktsii i printsipy partiinoi i sovetskoi pechati* [The main functions and principles of the party and Soviet press]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1955. 55 p. Russian.
6. Kopyak LI. *Funktsii pechati novogo tipa* [Print functions of a new type]. Sverdlovsk: Ural State University; 1974. 114 p. Russian.
7. Shimanov NA. *Obshchestvennye funktsii i ideinye printsipy kommunisticheskoi pressy* [Social functions and ideological principles of the communist press]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1974. 117 p. Russian.
8. Magaj IP. *Metodologicheskie problemy zhurnalistikogo masterstva. Funktsii pressy i sotsial'naya rol' zhurnalista* [Methodological problems of journalism skills. Functions of the press and the social role of a journalist]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1979. 63 p. Russian.
9. Sokolova AN. *Razvitie teoreticheskikh predstavlenii o funktsiyakh zhurnalistiki* [The development of theoretical concepts about the functions of journalism] [dissertation]. Moscow: Lomonosov Moscow State University; 2010. 159 p. Russian.
10. Zasurskij JaN, editor. *Sredstva massovoi informatsii postsovetskoi Rossii* [The media of post-Soviet Russia]. Moscow: Aspekt Press; 2002. 303 p. Russian.
11. Ahmadulin EV. *Osnovy teorii zhurnalistiki* [Fundamentals of journalism theory]. Rostov-on-Don: Feniks; 2009. 350 p. Russian.
12. Korkonosenko SG. *Osnovy zhurnalistiki* [Fundamentals of journalism]. Moscow: Aspekt Press; 2001. 287 p. Russian.
13. Uchenova VV. [Predict how the word will respond...]. In: Alekseev VA, editor. *Problemy zhurnalistiki. Vypusk 10. Organizatorskaya funktsiya pechati, radio, teledeniya* [Journalism problems. Issue 10. Organizational of the print media, radio and television]. Leningrad: A. A. Zhdanov Leningrad State University; 1979. p. 3–14. Russian.
14. Hmara GI. *Problemy sotsiologii pechati. Istoriya, metodologiya, metodika* [Problems of the sociology of the press. History, methodology, technique]. Novosibirsk: Nauka; 1969. 188 p. Russian.

15. Grushin BA, Onikov LA, editors. *Massovaya informatsiya v sovetskom promyshlennom gorode. Opyt kompleksnogo sotsiologicheskogo issledovaniya* [Mass information in the Soviet industrial city. Experience in a comprehensive case study]. Moscow: Politizdat; 1980. 446 p. Russian.
16. Fomicheva ID. *Pechat', televidenie i radio v zhizni sovetskogo cheloveka* [Print, television and radio in the life of Soviet people]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1987. 166 p. Russian.
17. Verkhovskaya AI. [Journalist and methods of organizing mass cooperation with the editor]. In: Gorohov VM, editor. *Metody zhurnalistskogo tvorchestva* [Methods of journalistic creativity]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1982. p. 133–149. Russian.
18. Verkhovskaya AI. *Pis'mo v redaktsiyu i chitatel'* [Letter to the editor and reader]. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 1972. 272 p. Russian.
19. Ivanov KI. *Organizatorskaya funktsiya pechati* [Organizational print function] [dissertation]. Minsk: Belarusian Order of the Red Banner of Labor V. I. Lenin State University; 1988. 147 p. Russian.
20. Orlova TD. [Editorial collaboration with the audience]. In: Korkonosenko SG, editor. *Osnovy tvorcheskoi deyatel'nosti zhurnalista* [Fundamentals of the creative activity of a journalist]. Saint Petersburg: Znanie; 2000. p. 246–269. Russian.
21. Prohorov EP. *Vvedenie v teoriyu zhurnalistiki* [Introduction to journalism theory]. Moscow: Aspekt Press; 2011. 351 p. Russian.
22. Mihajlin IL. *Osnovy zhurnalistiki* [Journalism basics]. Kharkov: HIFO; 2004. 350 p. Russian.
23. Bokov MB. [Communication function of the media]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2009;5:31–52. Russian.
24. Zvereva EA. [The model of «new interactivity» in the journalistic segment: the transformation of media consumption opportunities]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*. 2012;2:69–176. Russian.
25. Kolesnikova EA. [Interactivity as a global feature of youth media]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*. 2009;3:178–184. Russian.
26. Platonova DV. Information participation and forms of its realization in media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. 2011;1:131–141. Russian.
27. Fomicheva ID. *Sotsiologiya SMI* [Sociology of media]. Moscow: Aspekt Press; 2007. 335 p. Russian.
28. Demina IN, Shkondin MV. Journalism as a factor of publicity: the systemic aspect. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 2017;6(1):14–29. Russian. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(1).14-29.
29. Habermas Ju. *Strukturnoe izmenenie publichnoi sfery. Issledovaniya otnositel'no kategorii burzhuaznogo obshchestva* [Structural change in the public sphere. A study concerning the category of bourgeois society]. Belyaev MM, editor; Ivanov VI, translator. Moscow: Ves' mir; 2016. 344 p. Russian.

Статья поступила в редколлегию 12.05.2020.
Received by editorial board 12.05.2020.