

## ЖУРНАЛИСТИКА КАК «ЧЕТВЕРТАЯ ВЛАСТЬ»: КОНЕЦ МЕТАФОРЫ?

*Н. А. Федотова*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
nf333@yandex.ru*

Текст посвящен концептуальным основаниям нормативных теорий журналистики и тенденции рекреатизации медиаконтента, которая ведет к пересмотру сформировавшихся представлений о нормативности журналистики.

**Ключевые слова:** нормативные теории; журналистика; «четвертая власть»; рекреатизация.

## JOURNALISM AS A «FOURTH POWER»: THE END OF THE METAPHOR?

*N. A. Fedotova*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: N. A. Fedotova (nf333@yandex.ru)*

The text is devoted to the conceptual foundations of the normative theories of journalism and the trend of recreation of media content, which leads to a revision of the established ideas about the normativity of journalism.

**Key words:** normative theories; journalism; «fourth power»; recreatization.

Медиаиндустрия, деятельность которой подчинена коммерческой логике и основана на цифровом создании и распространении контента, вызывает социально-культурные эффекты и феномены, которые трансформируют представления о журналистике как социально ответственном институте. В связи с этим в фокусе внимания исследователей – тенденция рекреатизация журналистики, которая способствует доминированию рекреативного контента в СМИ в ущерб социально значимым и общественно-политическим тематикам, деградации качества контента (сенсационализм, таблоидизация СМИ и т. п.), может вызывать дисфункциональные эффекты для индустрии в целом (снижение уровня доверия к СМИ, уход активной аудитории на другие медиаплатформы, снижение социальной активности и т. п.).

Возникает вопрос, сохраняют ли в этих условиях СМИ роль «четвертой власти»? Как тяготение к развлекательности соотносится с нормативными представлениями о журналистике? Для ответа обозначим концептуальные основания нормативизма в журналистике и сделаем обзор исследовательских мнений относительно сути журналистики на рубеже XX–XXI вв.

Обобщая представления о нормативных теориях журналистики, их зачастую сводят к описанию того, какие роли СМИ должны играть в идеале, рекомендациям в контексте идеальной практической деятельности и прогнозам «идеальных вариантов» последствий от этой деятельности. Важно отметить, что нормативные теории основываются не на эмпирических наблюдениях, а на том, как должно быть [1, с. 105]. Сами создатели четырех теорий подчеркивали, что «пресса всегда принимает форму и окраску тех социальных и политических структур, в рамках которых она функционирует» [2, с. 17]. Несмотря на определённые методологические недостатки, «четыре теории» до сих пор являются классическим нормативным подходом в журналистике и используются для характеристики национальных медиасистем.

Анализ нормативных теорий – авторитарной, либертарианской, советской коммунистической и социальной ответственности, предложенных Ф. Сиббергом, Т. Питерсоном и У. Шраммом, – позволяет обозначить концептуальные основания нормативных теорий. В упрощенном виде они выражаются в праве «знать и говорить» и базируются на следующих принципах: – свобода слова (мониторинг всех сфер жизни, определение «повестки дня» и представление общественности всесторонней информационной картины современности); – свобода выражения мнений (журналистика организует социальный диалог, делает публичным достоянием «глас народа», является трибуной для разнообразных мнений по актуальным вопросам); – социальный контроль за деятельностью институтов власти (независимость от политических / экономических институтов и элит актуализирует концепцию контролирующей журналистики (*watchdog journalism*), согласно которой главная функция журналистики – контролировать и критиковать власть, защищая интересы, права и свободы граждан).

Природа журналистики, выраженная в этих принципах, закрепляет за ней роль «эксперта, защитника и двигателя демократического прогресса, его “общественного стража”» [3, с. 41].

С начала 2000-х гг. в связи с появлением интернета и сетевых изданий в дискуссиях зарубежных ученых (Bird E., Chalaby J. R., Hartley J.) возникли опасения относительно того, что «журналистика перестанет доминировать в публичном дискурсе, а медиа станут менее значительной силой, чем они были когда-то» [4, с. 188]. Одна из причин – отсутствие обязанности

быть информированным, характерное для молодежной аудитории, так как традиционные новости принято считать «скучными и бесполезными» [4, с. 188]. Другая причина таких изменений – в рекреатизации журналистики, поскольку медиакорпорации становятся главными игроками на рынке благодаря развлекательной, а не журналистской составляющей. «Мы наблюдаем переход от новостей из сферы развлечений, поданным как новости, к новостям, поданным как развлечения. ...Результат – размывание грани между новостью и развлечением» [4, с. 188].

Американский теоретик медиа Н. Постмен еще в 1980-х гг. понимал, что развлечение – это сверхидеология всего телевизионного (сегодня, читай, – медийного) дискурса: «Утверждаю здесь не то, что телевидение развлекает, а то, что оно сделало развлечение само по себе естественным форматом для представления всего опыта. ...Проблема не в том, что телевидение преподносит нам развлекательную тематику, а в том, что все темы преподносятся как развлекательные, а это совсем другой вопрос» [5].

Изменение смысла журналистской профессии в начале 2000-х гг. с тревогой отмечает И. И. Засурский: «Если раньше журналистику было принято представлять в терминах обслуживания “публичной сферы”, то теперь роль журналиста становится служебной» [4, с. 189]. В результате «не журналист составляет повестку дня, а публика, ждущая сенсаций. И то, что считается журналистикой, будет развиваться дальше, продвигаясь в области, ей не свойственные» [4, с. 190].

Таким образом, есть основания предполагать, что процессы коммерциализации и цифровизации подвергают существенной трансформации функциональные обязанности журналистики. Метафорическая роль «четвертой власти», которая декларировала ответственность журналистики как социального института, вытесняется и уходит на второй план под давлением консьюмеристских тенденций и рекреатизации медиаконтента. Это коренным образом меняет подходы к отбору и созданию информации, требует ревизии нормативных теорий и пересмотра концептуальных представлений о том, какой должна быть журналистика.

### Библиографические ссылки

1. Бакулев Г. П. Нормативные теории массовой коммуникации // Социологические исследования. 2005. № 1. С. 105–114.
2. Сиберт Ф. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998. 196 с.
3. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: Аспект Пресс, 2004. 352 с.
4. Засурский И. И. Реконструкция России: медиа и политика в 90-е годы. М.: Изд-во МГУ, 2001. 286 с.
5. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business [Electronic resource]. URL: <https://quote.ucsd.edu/childhood/files/2013/05/postman-amusing.pdf> (data of access: 27.01.2023).