

КРИЗИС КОНВЕНЦИОНАЛЬНЫХ КОНЦЕПЦИЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Н. А. Федотова

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

В публикации обозначена и охарактеризована проблемная ситуация, которая связана с концептуальными трансформациями журналистики в условиях медиатизации. Рассмотрены позиции зарубежных медиаисследователей, которые оценивают состояние журналистики как кризис. Влияние технологических, политических, социально-экономических факторов дает основания для пересмотра конвенциональных концепций и представлений о профессии.

Ключевые слова: концепции журналистики; медиатизация; технологии; кризис.

THE CRISIS OF CONVENTIONAL CONCEPTS OF JOURNALISM

N. A. Fedotova

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

The publication identifies and characterizes a problematic situation that is associated with conceptual transformations of journalism in the context of mediatization. The positions of foreign media researchers who assess the state of journalism as a crisis are considered. The influence of technological, political, socio-economic factors provides grounds for revising conventional concepts and ideas about the profession.

Key words: concepts of journalism; mediatization; technology; crisis.

Особенности конкурентных отношений между традиционными СМИ и интернетом на протяжении нескольких десятилетий находятся в фокусе внимания медиаисследователей. Консенсусной оценки прогнозируемых перспектив для журналистской профессии на сегодня нет, и вряд ли она возможна, когда изменения социальной реальности под влиянием медиатиза-

ции слишком динамичны и противоречивы. В массиве научных работ последних лет, посвященных анализу возможностей и рисков журналистики в новой технологической среде, получают актуальность вопросы, связанные:

- с системным кризисом журналистики;
- с трансформацией профессиональной миссии;
- с необходимостью ревизии конвенциональных журналистских концепций и терминов.

Исследователи Д. Стровский и Дж. Саймонс отмечают, что «академические идеи и профессиональная практика журналистики неуклонно отходят от утопической идеологической концепции «чистого» общественного блага к далеко не идеальной форме влиятельной и убедительной (в манипулятивном смысле) прагматической практике, действующей в интересах влиятельных политических, социальных или экономических целей» [1]. И выделяют пять современных проблем, с которыми в настоящее время сталкивается журналистика во всем мире: 1) глобализация; 2) политизация и коммерциализация; 3) новые технологии; 4) влияние PR; 5) реклама. Эти пять категорий не следует рассматривать изолированно, поскольку они взаимно влияют и усиливают эволюционные и революционные тенденции и процессы в современной журналистике.

Несмотря на отдельные попытки осмыслить концептуальные трансформации журналистики в новой медиатизированной среде, результаты исследований фиксируют консервативность русскоязычного академического дискурса. Метаанализ, проведенный М. В. Загидуллиной при помощи методики *SLR* (*Systematic Literature Review*) в 2017 году, показал, что в российском научном дискурсе модель понятия «журналистика» включает социальный и ценностный аспекты, в рамках которой находятся смыслоформирующая, гуманистически-ориентированная, лично-окрашенная и эстетически гармонизированная деятельность, направленная на обработку и фильтрацию информацию в интересах развития и укрепления социума. При этом «эпоха панмедиатизации, навязывающая логику публичного дискурса и самореализации личности как публичной (медийной) фигуры, не накладывает серьезного отпечатка на исследовательский дискурс» [2, с. 612].

Парадоксальность текущей ситуации, выраженная в неконгруэнтности конвенциональных представлений о журналистике и факторов, определяющих ее функционирование в текущих условиях, отмечают и зарубежные исследователи. М. Дёз в статье «*What Journalism Is (Not)*» пишет: «Мы оказались в удивительном затруднительном положении: журналистика остается прежней, но условия, в которых она осуществляется, не только значительно изменились, но и находятся в постоянном движении» [3].

В научной сфере все чаще обращают внимание, что концепции журналистики, утвердившиеся во времена с иными технологическими, политическими и социально-экономическими условиями, сегодня не работают или реализуются в весьма искаженном виде.

Так, по мнению некоторых медиаисследователей, «демократическое общество в Соединенных Штатах находится в опасности, и журналисты способствуют его гибели. Журналисты, которых часто называют арбитрами правды и четвертой властью, не выполняют свой нормативный контракт в качестве ответственных информаторов общественного мнения» [4]. По мысли других, «если журналистика должна быть силой правды, подотчетности и просвещения в современных демократиях, то она, похоже, терпит неудачу» [5, с. 166]. Дж. Кин определяет состояние медиа в «эпохи коммуникационного изобилия» как декаданс и пишет, что журналистика, гордившаяся приверженностью принципу «комментарии свободны, но факты святы», уходит в прошлое, а исследования «идеальных функций «систем медиа» как «посредников», независимых «составителей повестки», как «четвертой власти» или даже «четвертого сословия», выглядят совершенно неубедительно» [6, с. 34].

Так исторически сложилось, журналиста определяли профессиональная практика и связанные с ней нормы и стандарты, которые производила / декларировала и контролировала профессиональная среда. Метафорическая концепция гейткипера (*gatekeeper*) воплощает идею обслуживания информационных потребностей демократического общества и наделяет журналиста ролью «привратника» / посредника / сторожа, который решает, какую информацию нужно «сделать видимой», реконструирует повседневный мир, фильтруя его при помощи институциональных процедур, доставляет актуальную, аргументированную информацию о событиях, контролирует решения власти.

Медиасреда, где каждый пользователь способен создать и мгновенно распространить сообщение в масштабах потенциально глобальной аудитории, лишает журналистов эксклюзивного права решать, что нужно знать другим, о чем важно думать. Журналисты больше не имеют специального доступа к информации или ее источникам и почти лишены возможности контролировать, что граждане увидят, прочитают или услышат. Из чего следует – эти и другие представления о том, что определяло журналиста в прошлом, больше не применимы. Исследователи полагают, «в такой открытой, лихорадочной и переполненной медиасреде концептуализация того, что делает журналист, должна переориентироваться с акцента на процессе / отборе и распространении информации к акценту на этике» [7].

На наш взгляд, концептуальный акцент на этическом подходе при определении журналистики закономерен с институциональной точки зрения, декларирующей ценности и стандарты профессии, и задает определенное «видение» сути, назначения и инструментов журналистики. Однако этический подход вступает в противоречие с взглядами, трактующими «кризис в журналистике» с экономической и технологической точек зрения, как вызов экономической жизнеспособности газет, обусловленный цифровой революцией в производстве и распространении новостей. Очевидно, коммерциализация СМИ делает доминантными приоритеты, которые существенно отличаются от идеализированного видения и миссии журналистики в роли «четвертой власти». Это становится причиной для создания / пересмотра набора моральных и этических соображений, которые направлены на реализацию «другого» назначения журналистики в отличие от конвенционально признанных общественных интересов и требований социальной ответственности.

Библиографические ссылки

1. *Simons G., Strovsky D. L.* Factors Transgressing Journalism's Contemporary Mission and Role (Миссия и роль современной журналистики: факторы трансгрессии) // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2022. № 27. Т. 1. С. 109–121.
2. *Загидуллина М. В.* Журналистика в эпоху панмедиатизации: обзор исследовательских мнений // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2017. Т. 159, кн. 3. С. 604–616.
3. *Deuze M.* What Journalism Is (Not) // *Social Media + Society* 2019; 5 (3). Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305119857202>.
4. *Henrichsen J. R.* Reimagining Journalism to Help Save Democracy and Fight Trumpism. *Media Theory*, v. 2, n. 2, p. 289–304, 2018. Available at: <https://journalcontent.mediatheoryjournal.org/index.php/mt/article/view/74>.
5. *Harrington S.* What If 'Journalism' Is the Problem? Entertainment and the 'Democratization' of Politics // *S. Harrington (ed.), Entertainment Values*, Palgrave Entertainment Industries, 2017. DOI 10.1057/978-1-137-47290-8_11.
6. *Кин Дж.* Демократия и декаданс медиа. М.: Высшей школы экономики, 2015. 312 с.
7. *Singer J. B.* The socially responsible existentialist // *Journalism Studies*, 2006, 7:1, 2-18. DOI: 10.1080/14616700500450277.