

# ТЕОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

## THEORY OF JOURNALISM

УДК 070.19

EDN [YOUUHO](#)

DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).367-382

Научная статья



### Взаимные превращения эсценции и акциденций журналистики в информационно- медийной культуре общества

Фотиева И.В. Семилет Т.А.

Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Российская Федерация

Автор, ответственный за переписку: Фотиева И.В., [fotieva@bk.ru](mailto:fotieva@bk.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию трансформаций, происходящих в настоящее время с журналистикой и средствами массовой информации как элементами информационно-медийной культуры; смысла и роли данных трансформаций в общественном бытии в изменившихся социальных и культурных условиях, а также под влиянием цифровой революции. Для этой цели авторы осуществляют философскую рефлексию над изменениями, происходящими с журналистикой, используя в качестве основного методологического инструментария философские понятия «эсценция» и «акциденция». Эти понятия позволяют, во-первых, выделить сущностные свойства и функции анализируемых феноменов, отделить их от несущественных и второстепенных, во-вторых, эксплицировать факторы, способствующие взаимному переходу эсценциальных и акциденциальных свойств, смене их доминантного статуса и приобретению новых массово-коммуникативных свойств и значений, что влечет переход журналистики в качество «псевдожурналистики», «квазижурналистики», «постжурналистики», «эрзац-журналистики». Выделены направления, неклассической журналистики, популярные в медиасфере: «журналистика решений», «конструктивная журналистика», «сервисная журналистика», «гражданская журналистика»; показаны аргументы ряда исследователей и практиков в пользу утверждения данных направлений в качестве новых моделей журналистики. Авторы констатируют, во-первых, что данные направления в той или иной мере не только переносят акцидентальные свойства в сущностное ядро журналистики, но также вытесняют или трансформируют многие ее эсценциальные свойства и функции. Во-вторых, отмечается, что параллельно с этим в медиасфере наблюдаются противоположные тенденции: в теоретических исследованиях обосновывается инвариантность базовых свойств, принципов и функций журналистики, в медиапрактиках наблюдаются новые формы, основанные на данных принципах.

**Ключевые слова.** Журналистика, СМИ, медийные практики, эсценция, акциденции, медийная культура, псевдожурналистика, неклассическая журналистика.

**Информация о статье.** Дата поступления 23 июня 2023 г.; дата поступления после доработки 10 июля 2023 г.; дата принятия к печати 11 июля 2023 г.; дата онлайн-размещения 30 сентября 2023 г.

Original article

## **Mutual Transformations of the Essence and Accidents of Journalism in the Information and Media Culture of Society**

Irina V. Fotieva<sup>✉</sup> , Tamara A. Semilet 

Altai State University, Barnaul, Russian Federation

Corresponding author: Irina V. Fotieva, [fotieva@bk.ru](mailto:fotieva@bk.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the study of the transformations taking place in journalism and media as elements of information and media culture; the meaning and role of these transformations in social life, as well as influence of the digital revolution. The authors carried out a philosophical reflection on the changes taking place in journalism using the philosophical concepts of "essence" and "accidents". These concepts allow, firstly, to single out the essential properties and functions of the analyzed phenomena, to separate them from non-essential and secondary ones, and secondly, to explicate the factors that contribute to the mutual transition of essential and accidental properties, the change in their dominant status and the acquisition of new mass communicative properties and meanings, which entails the transition of journalism into "pseudo-journalism", "quasi-journalism", "post-journalism", and "ersatz-journalism". The study identified the directions of non-classical journalism, popular in the media sphere: "journalism of decisions", "constructive journalism", "service journalism", "civil journalism". We analyzed the arguments of researchers and practitioners in favor of the statements of these areas as new models of journalism. The authors argue, firstly, that these directions not only transfer accidental properties to the essential core of journalism, but also displace or transform many of its essential properties and functions. Secondly, it is noted that in parallel with this, opposite trends are observed in the media sphere: the invariance of the basic properties, principles and functions of journalism is substantiated in theoretical studies, and new forms based on these principles are observed in media practices.

**Keywords.** Journalism, media, media practices, essence, accidents, media culture, pseudo-journalism, non-classical journalism.

**Article info.** Received June 23, 2023; revised July 10, 2023; accepted July 11, 2023; available online September 30, 2023.

---

### **Введение**

Современная динамика информационно-медийной культуры общества приводит к радикальным изменениям в журналистике и средствах массовой информации<sup>1</sup>. Эти изме-

нения столь значимы, что с новой актуальностью возникает проблема диагностики их аутентичности, определения или переопределения их сущности, целей, задач, функций в социуме — что в совокупности мож-

<sup>1</sup> Журналистика и СМИ в данном контексте понимаются как тесно сопряженные между собой феномены информационно-медийной культуры общества. При многозначности термина «СМИ» в данном случае под

ними понимаются редакционные коллективы журналистов, их профессиональная деятельность и публикуемые результаты этой деятельности.

но определить как «эссенцию» журналистики. Подход к решению этой проблемы определил цель статьи, а также ее основные задачи: выявление сущностной основы (эссенции) журналистики и ее акциденций, как они представлены в классических трудах теоретиков журнализа; анализ трансформаций сущности журналистики в современных условиях; вычленение направлений, претендующих на роль новых моделей журналистики; оценка происходящих процессов.

Методологическая основа работы включает применение структурно-функционального анализа к исследованию современного медийного пространства, а также философскую рефлексию над процессами, происходящими в данной сфере, с опорой на дихотомию «эссенция-акциденция». Напомним, что эссенция (сущность) — это «содержательное определение чего-либо, ответ на вопрос: что это такое? каково оно? для чего существует?»<sup>2</sup>. Акциенции — несущественные, второстепенные, случайные свойства явления или процесса, которые не выражают сущности и даже могут противоречить ей. Диалектика эссенции и акциденций выражается в том, что: а) свойства, акцидентальные с одной точки зрения и в одной ситуации, могут оказаться эссенциальными с другой точки зрения или в изменившейся ситуации и наоборот; б) разросшиеся по объему и влиянию акциенции трансформируют эссенцию, превращаясь из временных, несущественных в постоянные и сущностные; в) как было замечено еще в средне-

вековой философии, акциенции могут начать вести самостоятельное существование, став эссенцией других явлений и процессов.

### Современные дискуссии о сущности журналистики

Заявленная проблема достаточно давно дискутируется в научном журналистском сообществе. Так, С.Г. Корконосенко уже более десяти лет назад предложил плюралистическое понимание сущности журналистики, которая: «с годами открывает себя в новых качествах, носит в себе несколько сущностных содержаний в зависимости от угла зрения на нее... Именно такая амбивалентная трактовка вопроса ближе всего подводит нас к “итоговой” сущности журналистики» [1, с. 43] Примерно в то же время Е.Л. Вартанова заявила о необходимости модернизации концепций журналистики: «многие традиционные концепции и термины должны быть подвергнуты пересмотру в соответствии с изменившимися практиками» [2, с. 8]. А.П. Короченский констатирует: «Очевидно, что журналистика радикально меняется, приобретая новые черты, которые все чаще обозначаются как постжурналистика» [3, с. 18]; Ю. Рутсалайнен с соавторами предвидят будущее, в котором «журналистика будет видоизменяться с учетом пляжесспособной аудитории» [4] и т.д.

В то же время существует и другая позиция: несмотря на все технико-технологические, организационные, жанровые и т.д. изменения, сущность и роль журналистики в обществе должны оставаться неизменными. «Цель журналистики, — писали Б. Ковач и Т. Розенстиль, — определяется не технологиями,

<sup>2</sup> Институт Философии Российской Академии Наук. URL: <https://iphras.ru/page49673674.htm>.

не журналистами и не методами, которые они используют»; скорее, «принципы и цель журналистики определяются чем-то более фундаментальным» [5]. Е.Л. Вартанова сегодня уже с уверенностью констатирует: «Цифровая журналистика — это и есть журналистика с ее традиционными целями и ценностями, только существующая в технологически новых условиях, которые, преобразуя ее инструментарий, не могут изменить ее социально значимой природы и сущности» [6, с. 12]. Редактор ведущей британской газеты «Гардиан» К. Винер еще в 2017 г. написала программную статью, которую в 2021 г. вновь опубликовала с дополнениями. В ней К. Винер, характеризуя социальную роль журналистики, подчеркивает: «Мы верим в ценность общественной сферы; в то, что есть такие вещи, как общественный интерес и общее благо» [7]. С этой позиции все тенденции, искающие сущность/эссенцию журналистики, необходимо анализировать и оценивать именно с точки зрения общественного интереса.

### **Эссенция журналистики: классический подход**

Что составляет сущность/эссенцию журналистики? Вплоть до последних десятилетий она была достаточно четко определена теоретиками массовой коммуникации, кодифицирована журналистскими сообществами и легитимизирована законами и постановлениями. Так, **сущностные задачи СМИ** составляют: адекватное отражение действительности (У. Липпман, Г. Лассуэл); выделение главного, существенного (У. Липпман); истолкование и понимание социальных процес-

сов (П. Бергер, Т. Лукман); установление повестки дня и воспламенения проблемных зон (М. Маккомбс); формирование общественного мнения относительно происходящих событий (У. Липпман); формулирование и экспликация целей общественного развития (П. Лазарсфельд, Р. Мертон); предоставление трибуны для всех социальных групп и общественных объединений (С. Хилгартнер); выявление «язв» и пороков в социуме и дисфункций в его развитии (Д. Рэндалл). СМИ должны быть «ментальным окном» в мир или «держать зеркало перед лицом общественности».

Эти же задачи, с другой стороны, отражены в базовых **профессионально-этических принципах** журналистики. Во-первых, это требование *объективности и достоверности* журналистской информации; при этом она не должна сводиться к набору фактов. Необходимы аналитические материалы, где журналист выступает как эксперт, комментируя происходящее, расставляя акценты. Во-вторых, это принцип *неангажированности* СМИ. Хотя, существуя в социуме, они неизбежно подвергаются влиянию многих факторов, но это влияние не должно переходить за определенные границы. В-третьих, журналисты должны содействовать *формированию адекватного общественного мнения* по важным вопросам и, тем самым, консолидации общества для их решения. И, наконец, СМИ должны *транслировать ценности*, способствующие вышеуказанным целям и, в конечном итоге, развитию и процветанию общества в целом. Кроме того, важно отметить принцип, отраженный еще

в «Международных принципах журналистской этики»: «В журналистике информация понимается как общественное благо, а не как предмет потребления»<sup>3</sup>.

И, с третьей стороны, все вышесказанное суммируется в **базовых функциях** журналистики, которые, суммируя, можно свести к *информационной, культурно-просветительской, социальной* (куда, обобщая, можно включить и организационную), *коммуникативной*. Наряду с ними выделяются функции «второго ряда», *акцидентальные*, — например, рекреационная, рекламно-справочная, сервисная (а также производственно-экономическая, регулирующая и пр.).

Как легко видеть, эти три подхода к определению сущности журналистики неразрывно взаимосвязаны и на протяжении длительного времени почти не менялись. Разумеется, в реальной практике они реализовывались лишь частично. Но важен был сам факт наличия *профессиональных ориентиров*, которые позволяют корректировать возникающие деформации и, образно говоря, удерживать систему на плаву. Отказ от данных ориентиров означает переход в совершенно иную плоскость существования профессии.

Наряду с «катафатическими» определениями сущности журналистики, отвечающими на вопрос: «что есть журналистика и какова ее сущность», сформировалось достаточно обширное и авторитетное крити-

ческое направление, представители которого сосредоточены на «апофатических» определениях, отвечающих на вопрос: «что не является подлинной журналистикой, а лишь ее подобием». Диагноз современной журналистики как неподлинной и несущностной нашел отражение в таких ее определениях, как «квази-журналистика», «псевдожурналистика», «постжурналистика», «эрзац-журналистика».

### Сущностные трансформации современной журналистики

Происходящие сегодня процессы, как уже сказано, существенно трансформировали журналистику, что и вызвало дискуссии на тему: является ли ее сущность неизменной или может радикально меняться в новых реалиях? Выделим основные направления этих трансформаций.

1. *Объективность* как базовый профессионально-этический принцип журналистики и связанная с ней важнейшая функция *информирования*.

Требование объективности сегодня все чаще отходит на второй план. Как правило, здесь ссылаются либо на распространенность «фейков» и сложность реализации процедуры фактчекинга, либо на усиливающуюся ангажированность изданий, дающих аудитории информационный срез, выгодный заказчикам. Но проблема глубже, и она выражается в тенденции легитимизации феномена «постправды» — не случайно Р. Кейес пишет о наступлении «эры постправды» [8, с. 32]. Эта тенденция обусловлена целым рядом причин, связанных с «кризисом факта»: «от переизбытка фактического материала... невозможности проверить надежность и неангажированность

<sup>3</sup> Международные принципы журналистской этики: приняты на 4-й консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций, в 1984 г. в Париже и Праге. URL: <https://livrezon.com/publication/principy-professionalnoi-etiki-jurnalista>.

источников, до влияния философии и эстетики постмодернизма» [9, с. 202]. П. Уолтерс отмечает, что растет противоречие между правом журналиста на свободу слова и правом аудитории получать достоверную, проверенную и качественную информацию [10].

При этом многие авторы даже сделали вывод о некоей социально-исторической закономерности смещения акцентов с потребности в истине — на «согласие», консенсус и на эмоциональную вовлеченность, пусть даже на основе иллюзий. «Постправдивость... берет в расчет... вопросы вкупе с сопровождающими их эмоциями и страстями, поскольку этос и пафос ... ничуть не в меньшей степени являются фактами и реалиями, чем логос» [11, с. 102]. Более того, получила развитие так называемая «адвокатская журналистика», которая пропагандируется небелыми журналистами в США в рамках движения BLM. При этом Т. Шмидт подчеркивает, что данное направление целенаправленно выступает против объективной подачи материалов, утверждая, что требование объективности «является мандатом на стирание культурных особенностей и отказ от небелых линз» [12].

Связанная с этим трансформация функции *информирования* происходит уже в рамках пересмотра самого понятия медиаинформации. Ранее под ней понималась именно достоверная и, повторим, в первую очередь, социально важная информация, способствующая формированию адекватной картины мира. Сегодня же на первый план выходят новости «а теперь... о другом». Как писал еще Н. Постман, «посредством этой фразы признает-

ся, что мир, нарисованный высокоскоростными электронными медиа, не имеет порядка или смысла. Соответственно, этот мир не должен рассматриваться всерьез... и пора обратить ваше внимание на следующий фрагмент новостей или рекламы» [13, с. 29].

2. Второе направление связано с реализацией *социальной и коммуникативной* функций журналистики, причем, повторим, прежде всего, для *содействия консолидации общества* вокруг значимых целей и решения социально значимых проблем — которые и должны быть выявлены, актуализированы и представлены журналистами для аудитории. Реализация этой цели сегодня затруднительна хотя бы из-за вытеснения принципа объективного информирования. Но дело не только в этом. Хотя ИТ-технологии дают возможность неограниченной коммуникации, но на практике большинство ограничивает себя определенными «нишами»; при этом, как подчеркивает М.В. Филь, «происходит еще более мелкое дробление... В каждой микрогруппе происходит формирование своей "шкалы ценностей", есть свои лидеры и аутсайдеры, супергерои и суперзлодеи» [14, с. 25]. Соответственно, как отмечает С.Г. Корконосенко, «медиа... могут выступать и как средоточия гражданского активизма, и как интровертные малые группы с установкой на бытовое общение» [15, с. 417]. Это способствует социальным расколам, особенно в условиях ценностного плюрализма. Дробление аудитории «по интересам» закономерно, но над интересами микрогрупп в нормально развивающемся обществе должны быть общие ориентиры, цели и цен-

ности, которые журналистика в идеале должна транслировать. Сегодня же эта функция реализуется чаще всего в политическом (пропагандистском) плане. Более того, ее реализация целенаправленно регулируется ИТ-технологиями. Так, Т. Сейп напоминает, что «алгоритмический контроль и управление доступом к информации позволяют осуществлять предварительный выбор контента и контролировать коммуникацию и информацию», тем самым формируя общественное мнение групп в заданном направлении [16]. Проблему заостряет Г. Руденфельт, подчеркивая, что «широкие этические риски и негативные социальные последствия, изложенные в обсуждениях “этики алгоритмов”, переходят в более конкретные проблемы, когда алгоритмы и ИИ [искусственный интеллект — прим.авт.] используются для персонализации и рекомендации медиаконтента». Он выделяет здесь ряд аспектов: утрата автономности («технологии персонализации действуют как дополнительные привратники контента»); выборочное воздействие («аудитория знакомится только с контентом, имеющим схожие взгляды»), дискриминация («достойность» тех, кто получает контент, может определяться на основе существующих экономических, социально-демографических и психологических характеристик и социальных различий) [17].

3. Третье направление связано с упомянутым выше принципом, гласящим, что *журналистская информация не может быть «товаром», но представляет собой общественное благо*. Сегодня, напротив, все более откровенно журналистский продукт объявляется товаром,

точнее, услугой «на рынке информационных услуг», и главной целью является привлечение покупателя любыми способами, что снижает качество журналистского продукта. Конечно, журналистская продукция всегда выступала также и в качестве товара — равно как и произведения искусства, и научно-технические изобретения и т.д. — но эта функция во всех упомянутых сферах (в том числе, в качественной журналистике) была именно акцидентальной: «не продается вдохновенье, но можно рукопись продать», то есть на первом плане именно вдохновенье, а потом уже можно думать о продаже результата этого вдохновенья. Сегодня же существенные изменения в данном направлении налицо, что легко видно даже по господствующей терминологии: «рынок СМИ», «медиарынок», «монетизация контента» и т.д.; сами же СМИ постоянно именуются «игроками рынка». И даже в статьях, где речь идет о качественном анализе медиапространства, последнее все чаще имеется «рынком» [18]. Не случайно многие авторы считают, что тотальная коммерциализация журналистики лежит в основе всех остальных ее негативных трансформаций.

4. И, наконец, отметим еще одну тенденцию, снова связанную с ИТ-технологиями — технологизацию и операционализацию деятельности журналиста. Его работа сегодня включает умения: а) максимально быстро найти информацию, б) проработать ее «упаковку» в «инфомолекулу», в) оперировать технологиями для подготовки различных видов «инфомолекул» (аудио, видео и пр.). Творческая составляющая профессии, по мнению многих ав-

торов, уходит на второй план, особенно если учесть роль новостных агрегаторов. Более того, по оценкам Агентства стратегических инициатив, целый ряд журналистских профессий перестанут быть востребованными, перейдя к роботам. В то же время отмечаются навыки, которых не может быть у машин с искусственным интеллектом: «общие когнитивные навыки, например, навыки критического мышления; социально-поведенческие навыки, например, управление эмоциями и их распознавание; умение работать в команде» [19, с. 672–673].

### **Философия и праксис утверждений новой эсценции журналистики**

Сегодняшние тенденции и процессы в журналистике, вызванные трендом событийно-новостной парадигмы вещания и появлением на этом поле мощного конкурента — «народной журналистики» социальных сетей и мессенджеров; засильем негативных новостей, трэша, эпатажа, светских хроник как наиболее «ходового товара»; переходом от вещательной модели СМИ к модели привлечения аудитории; экспансией скрытой рекламы и пересказа пиаровских пресс-релизов; процессами фейковизации и геймификации; слабой связью повестки дня с проблемами социума — все это и повлекло за собой стремление к созданию «новой журналистики», переосмыслению ее классической эсценции, пересмотру ее философии. Здесь можно выделить несколько основных направлений журналистики, которые стремятся доминировать на медийном поле и стать ее новыми моделями.

Первое направление включает в себя так называемые «журналистику решений» и «конструктивную журналистику». Их цель можно выразить лозунгом: «от отражения действительности — к практическим инициативам». Считается, что журналистам недостаточно сообщать о проблемах в жизни общества, но следует принимать самое активное участие в их решении, а также вовлекать граждан в активные действия. Аргументы кратко сводятся к следующим: а) надо соответствовать духу времени; б) нужно адаптироваться к кризисным условиям и разработать стратегии выживания профессии; в) надо давать людям ориентиры в решении проблем и, более того, в основном акцентироваться на их успешном решении, «писать о позитиве».

Как известно, практические установки всегда в той или иной мере (акцидентально) присутствовали в журналистике, особенно в таком направлении, как коммунитарная журналистика. Но чрезмерное их акцентирование вызывало активную критику; еще редактор «Ньюсдей» Г. Шнайдер писал: «наше дело — писать о параде, а не маршировать» [20, с. 262]. Сегодня же эта акциденция все чаще утверждается как новая сущность. Так, И.М. Дзялошинский пишет: «Предчувствие кардинальных изменений побуждает профессионалов средств массовой информации искать новые формы своей деятельности. Эти поиски воплощаются в новые концепции, новые практики» [21, с. 2], и, рассматривая практики «соучастия» или «прямого действия», он оценивает их как полностью соответствующие духу времени. В качестве

выражения второй позиции можно привести слова сотрудника сайта «Такие дела» А. Гатилина: «Почему журналистика перестала быть “вещью в себе” и все чаще делает следующий шаг — от информирования к действию? Заканчивается ли здесь журналистика как таковая — или это единственный способ придумать заново, но сохранить профессию?...»[22]. Третью позицию выражает мнение П. Бро, который считает, что «классическая версия журналистики делает респондентов подавленными»; журналисты должны фокусироваться на позитивных, вдохновляющих новостях, предлагать и описывать, преимущественно, успешный опыт решения актуальных для аудитории проблем [23].

Второе направление, которое также претендует на доминирование в медиасфере, — **сервисная журналистика**. Суть ее проста; как пишет В. Дональд, «сервисная журналистика — это новый термин для обозначения старой идеи: давать читателям хорошие, практические советы — что купить, куда пойти, как сделать определенную вещь, чтобы облегчить их жизнь» [24]. Ее основатели, апеллируя к требованиям аудитории, также, со своей стороны, подчеркивают необходимость радикального сдвига в понимании миссии журналистики (перехода акциденции в эсценцию): «Многие профессиональные журналисты относятся к сервисной журналистике как к киоску с фастфудом, затесавшемуся в ряды здоровой еды. В это же время читатели требуют сервисной журналистики все больше и больше» [25]. А.Г. Пастухов отмечает, что еще два-три десятилетия назад немецкие газеты лишь изредка предла-

гали материалы на бытовые темы, причем эти материалы не считались журналистскими. Но сегодня все больше площади «стало отводиться тематике, каждодневно волнующей читателя: здоровье, новая техника и технологии, инвестиции и т.п., иными словами, бытовым, житейским проблемам» [26, с. 108–109]. В итоге нередко складывается ситуация, что статьи на серьезные социальные темы пишутся лишь для того, чтобы «разбавить» материалы о том, что носить, что есть и на чем сидеть. От этого «ствола» сегодня отходит множество «ветвей»: трэвел-журналистика, лайфстайл-журналистика, бранд-журналистика и т.д. Снова надо отметить, что рецептурные, консультативные и навигационные материалы на бытовые темы присутствовали в СМИ всегда, но они использовались в качестве «добавок» к основной массе серьезного материала. В сервисной журналистике это стало эсценцией, а главной ее функцией — обслуживание повседневных нужд и запросов аудитории.

Следующее «акцидентальное» направление именуется **«рекреационной журналистикой»** (**«развлекательной журналистикой»**). Часто ее относят к досуговой журналистике, но здесь надо сделать существенное уточнение. Как отмечают Л.Р. Дускаева и Н.С. Цветова, в сферу досуговой журналистики включаются на равных правах как СМИ культурно-просветительской направленности, с акцентом на «высокую культуру» (реализующие одну из базовых функций *классической журналистики*), так и те, которые «паразитируют на темах секса, насилия, интимной жизни звезд» [27, с. 178–183]. Авторы подчеркивают переакцентацию

внимания с просветительской направленности на рекламно-развлекательную большинства современных досуговых массовых изданий. Добавим, что тенденция увеличения доли развлекательности свойственна не только досуговым изданиям. Это хорошо видно на примере закрепления термина «инфотейнмент»: стало общим местом мнение о том, что аудитория «интеллектуально ленива» и требует развлекательной упаковки для любой информации. Показательным является также доминирование в сфере научно-популярной журналистики жанра «сайенстейнмент», где развлекательность часто полностью искажает смысл того или иного научного открытия.

Кроме указанных направлений все более активную позицию занимает **гражданская журналистика** (соцсети, блог-платформы, подкасты, видеохостинги и пр.). Стоит напомнить, что в этом понятии с самого начала слились два смысла: *civic journalism* («общественная журналистика») и *citizen journalism* («гражданская журналистика»). При этом «общественная журналистика» была нацелена на вовлечение читателя в пространство публичной и общественной жизни... *citizen journalism*, в свою очередь, олицетворяет собой деятельность непрофессиональных авторов, которые, используя современные инструменты и интернет-технологии, создают и распространяют свой медиаконтент» [28, с. 197]. Сегодня же в подавляющем большинстве статей данное понятие употребляется именно во втором смысле.

Отметим здесь несколько моментов. Прежде всего, здесь также происходит вытеснение эсценциаль-

ных задач и функций классической журналистики. В ней аудитория никогда и не была выключена из информационного процесса, и работа с ней была важной задачей журналистов. Но СМИ здесь выступали в роли «ведущего», в силу своей социальной роли и профессиональной подготовки, реализуя задачи формирования общественного мнения, предоставления трибуны для всех социальных групп. Но постепенно, с возрастанием роли интернет-коммуникаций, образно говоря, «конь занял место всадника». В итоге гражданские журналисты не только выступают на равных правах с профессиональными, но претендуют на лидерство. Причем, судя по показателям посещаемости, эти претензии вполне оправданы и даже поддерживаются многими исследователями. Так, Н.Г. Бойкова даже ставит вопрос о том, что профессиональные журналисты, чтобы привлечь аудиторию, должны теперь овладевать стилем и приемами непрофессиональных — имитируя их лексику, осуществляя намеренно неумелый видеомонтаж и т.д. [29, с. 19–21]. Более того, в этом русле легитимизируются и такие маргинальные феномены, как «пранк-журналистика» и даже «гонзо-журналистика» (показательен здесь сам факт введения в научный оборот этих явлений именно как форм журналистики).

Теперь следует задать вопрос: насколько выделенные направления не только переносят (добавляют) акцидентальные свойства в сущностное ядро журналистики, трансформируя его, но и вытесняют эсценциальные свойства и функции?

Так, функция **объективного информирования** очевидно редуциру-

ется в сервисной и развлекательной журналистике. Постоянно получая лишь информацию о том, «что выгоднее купить» или «как лучше развлечься», реципиент оказывается не в состоянии не только оценить действительно важные социальные проблемы и принять адекватные решения<sup>4</sup>, но часто даже и узнать об этих проблемах. Что же касается гражданской журналистики, то в ней исследователи справедливо выделяют ряд плюсов (большая свобода и независимость от властных и бизнес-структур, личная заинтересованность и пр.), что, с одной стороны, нередко содействует большей объективности информации. Но здесь, к сожалению, очевидна другая тенденция — самопрезентации любой ценой, что связано с крайней субъективностью мнений, причем выражаемых агрессивно и провокационно. В «журналистике решений» и «конструктивной журналистике» отхода от принципа объективности не наблюдается, более того, здесь можно даже отметить особый акцент на его соблюдении посредством перекрестной проверки фактов вовлеченной аудиторией. Но представляет опасность «акцент на позитиве», что легко может привести к умалчи-

ванию острых проблем. Социальная и коммуникативная функции, опять же, полноценно реализуются в этом последнем направлении, исключая ситуации, когда необходима коммуникация, связанная с действиями в неблагоприятных ситуациях, с проблемами, решения которых в ближайшей перспективе не предвидится. Противоположная тенденция в гражданской журналистике: здесь авторы чаще всего концентрируются именно на острых проблемах, — но, к сожалению, нередко по принципу «против кого дружим», что усиливает социальные расколы. Коммуникация же в сервисной и развлекательной журналистике происходит практически лишь в виде комментариев по поводу тех или иных товаров или услуг. Кказанному стоит снова добавить проблему депрофессионализации журналистики — под влиянием вытеснения ее гражданской журналистикой, элиминированием творческой составляющей профессии, коммерциализацией, технологизацией и другими факторами, о которых мы говорили выше.

### Заключение и выводы

В данной статье мы исходили из тезиса о том, что эссециональные свойства журналистики (если она должна сохраняться как профессия) неизменны, и с их утратой или переходом в статус акцидентальных социальная функция журналистики не только элиминируется, но и заменяется дисфункцией. Отметим, что здесь мы солидаризуемся с позицией целого ряда медиаисследователей, мнения и аргументы которых мы уже приводили выше. Так, например, И.Н. Демина констатирует: «Можно считать устоявшимся суждение о

<sup>4</sup> Показательным примером (хорошо знакомым авторам данной статьи как педагогам) может служить неспособность и, более того, нежелание многих родителей разобраться в сущности образовательных реформ, несмотря на наличие серьезных материалов на эту тему. В итоге вместо поиска более адекватных учебных заведений для своего ребенка, где преподавание ведется, опять же, по классическим и проверенным веками принципам, они буквально «ломают» его, заставляя приспосабливаться к меняющимся «инновационным» программам, давно критикуемым серьезными специалистами.

том, что целостность является главным свойством любой системы» [30, с. 564]; при этом, как известно; целостность любой системы обусловливается органическим (а не механическим) сочетанием входящих в нее элементов, то есть именно отвечающих ее сущности.

Добавим, что и в журналистской практике происходят встречные процессы, направленные на сохранение ее базовых функций и социальной роли. Так, К. Валь-Йоргенсен отмечает рост местных журналистских стартапов, где «особое место занимает верность основным профессиональным ценностям» [31]. В. Папагоу подчеркивает: «В отличие от “интерактивной журналистики” социальных сетей, которую журналисты осуждают как часть рыночных организационных стратегий, они стремятся подчеркнуть профессиональные ценности своей профессии, такие как объективность и социальное служение... Необходимость реагировать на требования аудитории контрастирует с профессиональными ценностями автономии и саморегуляции, и журналисты здесь защищают свои профессиональные границы и интересы, выдвигая на первый план свои институциональные ценности» [32].

Таким образом, резюмируем:

– дискуссии относительно сущности журналистики отражают

сложность и противоречивость процессов, идущих в медиасфере и формирующих современную информационно-медийную культуру;

– рассмотрение данной темы сквозь призму понятий «эссенция» и «акциденции», на наш взгляд, способствует прояснению их сути;

– на данный момент следует отметить наличие большого числа аргументов в пользу вывода о том, что базовые, эссенциальные свойства журналистики в целом должны оставаться неизменными (инвариантными), если журналистика стремится сохранить свою социальную роль и миссию.

В то же время эти базовые свойства, не изменяясь в своей сущности, неизбежно должны приобретать новые формы проявления в реальной медийной практике. Поэтому преждевременно делать финальный вывод о том, является ли тенденция вытеснения эссенциальных свойств акцидентальными временем — или же устойчивой, то есть отражает ли она обычную *динамику* медиапространства, в том числе неизбежные колебания различного рода, или же *эволюцию*, то есть необратимые изменения. В данном направлении необходимы дальнейшие исследования, не только представляющие теоретический интерес, но и имеющие очевидную практическую значимость.

### **Список использованной литературы**

1. Корконосенко С.Г. Сущность журналистики, открытая пониманию и неподвластная схеме / С.Г. Корконосенко // Вестник Московского университета. — Серия 10. Журналистика. — 2009. — № 2. — С. 31–50.
2. Вартанова Е.Л. О необходимости модернизации концепций журналистики и СМИ / Е.Л. Вартанова // Вестник Московского университета. — Серия 10. Журналистика. — 2012. — № 1. — С. 7–25.
3. Короченский А.П. Постжурналистика как рыночный эрзац журналистики / А.П. Короченский. — EDN [AVLCMP](http://AVLCMP) // Век информации. — 2019. — Т. 7, № 2. — С. 18–26.

4. Pioneers as Peers: How Entrepreneurial Journalists Imagine the Futures of Journalism / J. Ruotsalainen, S. Heinonen, J. Hujanen, M. Villi. — DOI 10.1080/21670811.2021.1996252 // Digital Journalism. — 2021. — P. 1–20.
5. Kovach B. The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect / B. Kovach, T. Rosenstiel. — New York : Three Rivers Press, 2007. — 268 p.
6. Вартанова Е.Л. Цифровая журналистика как новое поле академических исследований / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.6.2021.814. — EDN [JPGKCE](#) // Медиаальманах. — 2021. — № 6. — С. 8–14.
7. Viner K. A mission for journalism in a time of crisis / K. Viner // The Guardian. — Available at: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>.
8. Keyes R. Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life / R. Keyes. — New York : St. Martin's Press, 2004. — 312 p.
9. Резник Г.М. Журналистика в мире постправды / Г.М. Резник // Мировое развитие проблемы: предсказуемости и управляемости : XIX Международные Лихачевские научные чтения, Санкт-Петербург, 22–24 мая 2019 г. — Санкт-Петербург, 2019. — С. 202–204.
10. Walters P. Beyond Positive and Negative: Developing a Reflexive Framework for First Amendment Theory / P. Walters. — DOI 10.1177/14648849221074421 // Journalizm. — 2022. — Vol. 24, No. 7. — P. 1–18.
11. Морозов А.В. Ответ на вопрос: что такое постправда? Перспектива проблематологии / А.В. Морозов. — DOI 10.17805/ggz.2019.3.8. — EDN [DJSSEC](#) // Горизонты гуманитарного знания. — 2019. — № 3. — С. 93–105.
12. Schmidt T.R. Challenging Journalistic Objectivity: How Journalists of Color Call for a Reckoning / T.R. Schmidt // Journalism. — 2023. — Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849231160997>.
13. Postman N. Amusing Ourselves to Death / N. Postman. — New York : Penguin Books, 1985. — 208 p.
14. Филь М.С. Социальные сети. Новые технологии управления миром / М.С. Филь. — Москва : Синергия, 2016. — 240 с.
15. Корконосенко С.Г. Социальная интеграция в современной журналистике: потенциал и реализация / С.Г. Корконосенко. — DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(3).417-428. — EDN [DSPWFN](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2022 — Т. 11, № 3. — С. 417–428.
16. Dealing with Opinion Power in the Platform World: Why We Really Have to Rethink Media Concentration Law / T.J. Seipp, N. Helberger, C. de Vreese, J. Ausloos // Digital Journalism. — 2023. — Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2022.2161924>.
17. Rydenfelt H. Personalisation in Journalism: Ethical Insights and Blindspots in Finnish Legacy Media / H. Rydenfelt // Journalizm. — 2022. — Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221138424>.
18. Ермолаева С.Ю. Русскоязычные печатные издания Германии: современная ситуация на рынке СМИ / С.Ю. Ермолаева. — EDN [URGUYA](#) // Социально-гуманитарные знания. — 2019. — № 8. — С. 134–147.
19. Сальникова Л.С. Работы против журналистов: есть ли у журналистики будущее? / Л.С. Сальникова. — DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(4).668-678 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 4. — С. 668–678.
20. Дэннис Э., Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа / Э. Дэннис, Дж. Мэррилл. — Москва : Вагриус, 1997. — 384 с.
21. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям / И.М. Дзялошинский. — Москва : Престиж, 2006. — 104 с.
22. Гатилин А. Чтобы выжить, нужно быть полезным / А. Гатилин // Такие дела. — URL: <https://takiedela.ru/2020/09/ctoby-vyzhit-nuzhno-byt-poleznym/>.
23. Bro P. Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles / P. Bro // Journalism. — 2019. — Vol. 20, No. 4. — P. 504–519.
24. Donald W. What's Working: Service Journalism is Having a Moment / W. Donald // Missouri School of Journalism. — 2020. — Available at: <https://rjionline.org/news/whats-working-service-journalism-is-having-a-moment>.

25. Lockhart J. 5 Reasons to Love Service Journalism / J. Lockhart // Review of Journalism. — 2008. — Available at: <https://rri.ca/5-reasons-to-love-service-journalism/>.
26. Пастухов А.Г. Ratgeber как рецессор: жанровые особенности сервисной журналистики / А.Г. Пастухов. — EDN [EGCFSF](#) // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : сб. науч. тр. — Орёл, 2020. — С. 108–129.
27. Дускаева Л.Р., Цветова Н. С. Досуговое направление в российской журналистике: проблемы подготовки специалистов / Л.Р. Дускаева, Н.С. Цветова. — EDN [ONHGWR](#) // Ученые записки ЗабГГПУ. — 2011. — № 6. — С. 178–183.
28. Пак Е.М. Гражданская журналистика как феномен XXI в. / Е.М. Пак. — EDN [ХЕЈЗТУ](#) // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. — 2021. — Т. 12, № 3 (50). — С. 196–201.
29. Бойкова Н.Г. Трансформация традиционных СМИ и новые подходы к речевой подготовке будущих журналистов / Н.Г. Бойкова. — EDN [YUQPEI](#) // Век информации. — 2018. — № 2–2. — С. 19–21.
30. Демина И.Н., Шкундин М.В. Журналистика: слагаемые целостности / И.Н. Демина, М.В. Шкундин. — DOI 10.17150/2308-6203.2016.5(4).562-575. — EDN [XDESQF](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 4. — С. 562–575.
31. Wahl-Jorgensen K. Origin Stories of Local Journalism Entrepreneurs / K. Wahl-Jorgensen // Journalizm. — 2022. — Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884922115223>.
32. Papanagnou V. Who Is a Good Journalist? Evaluations of Journalistic Worth in the Era of Social Media / V. Papanagnou // Journalizm. — 2021. — Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849211036848>.

## References

1. Korkonenko S.G. The Essence of Journalism, Open to Understanding and Not Subject to Scheme. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2009, no. 2, pp. 31–50. (In Russian).
2. Vartanova E.L. On the Need to Modernize the Concepts of Journalism and Media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2012, no. 1, pp. 7–25. (In Russian).
3. Korochenskii A.P. Post-Journalism as a Market Ersatz of Journalism. *Vek informatsii = The Information Age*, 2019, vol. 7, no. 2, pp. 18–26. (In Russian). EDN: [AVLCMP](#).
4. Ruotsalainen J., Heinonen S., Hujanen J., Villi M. Pioneers as Peers: How Entrepreneurial Journalists Imagine the Futures of Journalism. *Digital Journalism*, 2021, pp. 1–20. DOI: 10.1080/21670811.2021.1996252.
5. Kovach B., Rosenstiel T. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York, Three Rivers Press, 2007. 268 p.
6. Vartanova E.L. Digital Journalism as a New Field of Academic Research. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2021, no. 6, pp. 8–14. (In Russian). EDN: [JPGKCE](#). DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2021.814.
7. Viner K. A mission for journalism in a time of crisis. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>.
8. Keyes R. *Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York, St. Martin's Press, 2004. 312 p.
9. Reznik G.M. Journalism in a Post-Truth World. *World Development of the Problem: Predictability and Controllability: XIX International Likhachev Scientific Readings, Saint Petersburg, May 22–24, 2019*. Saint Petersburg, 2019, pp. 202–204. (In Russian).
10. Walters P. Beyond Positive and Negative: Developing a Reflexive Framework for First Amendment Theory. *Journalizm*, 2022, vol. 24, no. 7, pp. 1–18.
11. Morozov A.V. Nsowering the Question: What is the Post-Truth? A Problematical Approach. *Gorizonty Gumanitarnogo Znaniya = The Horizons of Humanities Knowledge*, 2019, no. 3, pp. 93–105. (In Russian). EDN: [DJSSEC](#). DOI: 10.17805/ggz.2019.3.8.

12. Schmidt T.R. Challenging journalistic objectivity: How journalists of color call for a reckoning. *Journalism*. 2023. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849231160997>.
13. Postman N. *Amusing Ourselves to Death*. New York, Penguin Books, 1985. 208 p.
14. Fil' M.S. *Social Media. New Technologies for Managing the World*. Moscow, Sinergiya Publ., 2016. 240.
15. Korkonosenko S.G. Social Integration in Contemporary Journalism: Potential and Implementation. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2022, vol. 11, no. 3, pp. 417–428. (In Russian). EDN: [DSPWFN](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2022.11(3).417-428.
16. Seipp T.J., Helberger N., Vreese C. de, Ausloos J. Dealing with Opinion Power in the Platform World: Why We Really Have to Rethink Media Concentration Law. *Digital Journalism*. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2022.2161924>.
17. Rydenfelt H. Personalisation in Journalism: Ethical insights and blindspots in Finnish legacy media. *Journalizm*. 2022. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221138424>.
18. Ermolaeva S.Y. Typological Characteristics of Russian-Language Print Media in Germany: The Current Situation on the Media Market. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2019, no. 8, pp. 134–147. (In Russian). EDN: [URGUYA](#).
19. Sal'nikova L.S. Robots Versus Journalists: Does Journalism Have a Future? *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 4, pp. 668–678. (In Russian). DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).668-678.
20. Dennis E.E., Merrill J.C. *Media Debates: Issues in Mass Communication*. New York, Longman, 1991. 228 p. (Russ. ed.: Dennis E.E., Merrill J.C. *Media Debates*. Moscow, Vagrius Publ., 1997. 384 p.).
21. Dzhaloshinskii I.M. *Journalism of Complicity. How to Make the Media Useful to People*. Moscow, Prestizh Publ., 2006. 104 p.
22. Gatilin A. To Survive you Need to Be Useful. *Takie dela*. Available at: <https://takiedela.ru/2020/09/chtoby-vyzhit-nuzhno-byt-poleznym/>. (In Russian).
23. Bro P. Constructive Journalism: Proponents, Precedents, and Principles. *Journalism*, vol. 20, no. 4, pp. 504–519.
24. Donald W. What's Working: Service Journalism is Having a Moment. *Missouri School of Journalism*. 2020. Available at: <https://rjionline.org/news/whats-working-service-journalism-is-having-a-moment>.
25. Lockhart J. 5 Reasons to Love Service Journalism. *Review of Journalizm*. 2008. Available at: <https://rrj.ca/5-reasons-to-love-service-journalism/>.
26. Pastukhov A.G. Ratgeber as Ressort: Genre Peculiarities of Service Journalism. *Genres and Types of Text in Scientific and Media Discourse. Collected Papers*. Orel, 2020, pp. 108–129. (In Russian). EDN: [EGCSF](#).
27. Duskaeva L.R., Tsvetova N.S. Area of Leisure in Russian Journalism: Problems of Training Personnel. *Uchenye Zapiski Zabaikal'skogo Gosudarstvennogo Gumanitarno-Pedagogicheskogo Universiteta im. N.G. Chernyshevskogo = Scientific Notes of the N.G. Chernyshevsky Trans-Baikal State Humanitarian Pedagogical University*, 2011, no. 6, pp. 178–183. (In Russian). EDN: [ONHGW](#).
28. Pak E.M. Citizen Journalism as a Phenomenon of the XXI Century. *Nauchnye trudy Severo-Zapadnogo instituta upravleniya RAN-KhIGS = Scientific papers of the Northwestern Institute of Management of the Russian Academy of Sciences-HiGS*, 2021, vol. 12, no. 3, pp. 196–201. (In Russian). EDN: [XEJZTY](#).
29. Boykova N.G. Transformation of the Traditional Media and a New Approach To Speech Training of the Future Journalists. *Vek informatsii = The Information Age*, 2018, no. 2–2, pp. 19–21. (In Russian). EDN: [YUQPEI](#).
30. Demina I.N., Shkondin M.V. Journalism: Elements of Integrity. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2016, vol. 5, no. 4, pp. 562–575. (In Russian). EDN: [XDESQF](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(4).562-575.

31. Wahl-Jorgensen K. Origin stories of local journalism entrepreneurs. *Journalizm*. 2022. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849221115223>.

32. Papanagnou V. Who is a good journalist? Evaluations of journalistic worth in the era of social media. *Journalizm*. 2021. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14648849211036848>.

## Информация об авторах

Фотиева Ирина Валерьевна — доктор философских наук, доцент, профессор кафедры теории и практики журналистики, Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Российская Федерация, [fotieva@bk.ru](mailto:fotieva@bk.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-9918-1635>.

Семилет Тамара Алексеевна — доктор философских наук, профессор, кафедра теории и практики журналистики, Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Российская Федерация, [7let@mail.ru](mailto:7let@mail.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-1680-9707>.

## Authors Information

Irina V. Fotieva — D.Sc. in Philosophy, Associated Professor, Professor of the Department of Theory and Practice of Journalism, Altai State University, Barnaul, Russain Federation, [fotieva@bk.ru](mailto:fotieva@bk.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-9918-1635>.

Tamara A. Semilet — D.Sc. in Philosophy, Professor, Professor, Department of Theory and Practice of Journalism, Altai State University, Barnaul, Russain Federation, [7let@mail.ru](mailto:7let@mail.ru),  <https://orcid.org/0000-0002-1680-9707>.

## Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## Contribution of the Authors

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

## Для цитирования

Фотиева И.В. Взаимные превращения эссенции и акциденций журналистики в информационно-медийной культуре общества / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(3).367-382. — EDN [YOUUHQ](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 3. — С. 367–382.

## For Citation

Fotieva I.V., Semilet T.A. Mutual Transformations of the Essence and Accidents of Journalism in the Information and Media Culture of Society. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 3, pp. 367–382. (In Russian). EDN: [YOUUHQ](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(3).367-382.