

УДК 070.19

## БЛОГИНГ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СОВРЕМЕННЫХ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ: ПРОТИВОСТОЯНИЕ ИЛИ СИМБИОЗ?

© 2011 Р.В. Жолудь

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 22 сентября 2011 года

**Аннотация:** Противопоставление блогинга и журналистики является некорректным. Блогинг как феномен гражданской журналистики является неотъемлемой частью современной массовой коммуникации. Гражданская журналистика посредством социальных медиа участвует во всех стадиях процесса массовой коммуникации и выступает в симбиозе с профессиональной журналистикой.

**Ключевые слова:** блогинг, гражданская журналистика, профессиональная журналистика, социальные медиа.

**Abstract:** An contraposition of blogging and journalism is not correct. The blogging as a phenomenon of citizen journalism is a part and parcel of modern mass communications. The citizen journalism by the use of social media participate in all stages of the process of mass communication and acts in symbiosis with professional journalism.

**Key words:** blogging, citizen journalism, professional journalism, social media.

### БЛОГИНГ: ПРАВО НА ЖУРНАЛИСТИКУ

С точки зрения обывателя, не отягощенного познаниями в биологии, табак и томат не являются родственниками, хотя в действительности оба растения принадлежат к семейству пасленовых. На наш взгляд, те критики, кто пытается развести блогинг и традиционную журналистику, попадают в ту же психологическую ловушку: внешние различия настолько явны, что мысль об объединении этих видов информационной деятельности представляется неприемлемой.

И здесь хотелось бы подробно остановиться на тех аргументах, которые выдвигают противники определения блогинга как журналистской деятельности [1].

Вопрос ответственности. Считается, что журналист, в отличие от блогера, несет ответственность за свою деятельность. Само понятие «ответственность» здесь рассматривается в двух плоскостях: в правовой (юридическая ответственность за распространение информации) и

профессионально-этической (ответственность за оперативность, качество, достоверность и корректность распространяемой информации). Рассмотрим оба этих аспекта.

На самом деле, с позиций действующего российского законодательства, блогер, как и любой человек, распространяющий информацию в Интернете, несет ответственность в сфере административного, гражданского и уголовного права. Возникновение ответственности связано с интерпретацией понятия «распространение информации», которое указано в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ № 3 от 24 февраля 2005 г. «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц». В нем говорится: «Под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, рас-

---

© Жолудь Р.В., 2011

пространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи...» [2]. Таким образом, блогер может быть привлечен к ответственности за нарушение ст. 152 ГК РФ (защита чести, достоинства и деловой репутации). Кроме того, логика разъяснений Пленума Верховного Суда и законодательные акты (Гражданский Кодекс, Уголовный Кодекс, федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности»), позволяют привлекать блогера к ответственности за такие действия, как:

- нарушение права гражданина на изображение (ст. 152.1 ГК РФ), за нарушение права на интеллектуальную собственность (ч. IV ГК РФ);
- клевета, оскорбление, возбуждение ненависти, вражды, или унижение человеческого достоинства (соответственно ст. 129, 130 и 282 УК РФ);
- демонстрация и пропаганда нацистской символики (ст. 20.3. КоАП) и т.д.

Судебная практика, существующая сегодня в России, показывает, что вышеперечисленные статьи ГК, УК и КоАП РФ (а также многие другие) достаточно часто применяются в отношении публикаций блогеров. Более того, российские правозащитники уже начали говорить о неадекватности уголовного наказания для блогеров, в частности, по ст. 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» [3].

Более того, можно сказать, что профессиональный журналист, в отличие от блогера, в некоторых случаях несет меньшую ответственность. Например, ст. 57 ФЗ «О средствах массовой информации» в ряде случаев освобождает журналиста от ответственности «за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций, либо ущемляющих права и законные интересы граждан, либо представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации и (или) правами журналиста» [4]. Подобная защита блогера, который законом рассматривается как рядовой гражданин, не предусмотрена.

Гораздо корректнее было бы говорить, что у блогера отсутствует тот особый правовой статус, который предоставляет журналисту законодательство. Например, у блогера нет права на запрос информации в государственных и общественных организациях в таком порядке, который предоставляет журналисту ст. 39 ФЗ «О СМИ». Блогер не получает права, которые имеет профессиональный журналист (ст. 47 ФЗ «О СМИ») и т.д. В этом контексте мы можем говорить только о том, что гражданский журналист не всегда может заменить профессионального — к примеру, в трансляции

официальной информации от органов власти, финансовых институтов и т.п.

Теперь стоит упомянуть об ответственности профессиональной. Здесь различия, на наш взгляд, еще менее принципиальны. Да, можно согласиться, что у журналиста работают особые стимулы, которые мотивируют его придерживаться определенных профессиональных стандартов или стремиться к неким идеалам в работе. Это система редакционного менеджмента, предполагающая наказания и поощрения, чувство профессиональной ответственности, другие корпоративные факторы. Эти стимулы действительно отсутствуют у блогера.

Однако у блогера есть другие стимулы. Исследователь А. Мирошниченко говорит о том, что у современного человека, включенного в коммуникации в рамках социальных сетей, есть потребность так называемого «публичного отклика»: «Высший интерес читателя к сфере массовой информации выражается, видимо, в жажде уже не личного, а публичного отклика. Публичность — главное волшебство СМИ. Раньше оно было доступно только с одной стороны стекла — зеркало отражало только героев, но не публику. Благодаря web 2.0 авторствующий читатель открыл для себя сладость публичности — она позволяет добиваться отклика на свое существование. Это гораздо более высокий градус социализации, чем прежде, когда читатель был пассивным и бесправным потребителем информации» [5].

Очевидно, что если желание заявить о своей социальной значимости через публикации действительно сильно, автору придется соответствовать определенным критериям, которые будут гарантировать интерес к его текстам со стороны остального сообщества. Соответственно, ему будет нужно предоставлять информацию оперативно, доступно и достоверно, ориентируясь на реальные потребности и интересы читателей. В противном случае его публикации не вызовут отклика.

Опять же, в своей информационной деятельности блогер более свободен, чем профессиональный журналист. Он не ощущает давления со стороны учредителя, владельца СМИ и органов власти, соответственно, выражает собственное мнение или социальную позицию, которую формирует самостоятельно.

Можно было бы говорить о несоблюдении блогерами принципов журналистской этики. Но с учетом плачевного состояния этического саморегулирования в отечественной профессиональной медиасреде, этот аргумент не имеет практической ценности. На теоретическом же уровне проблемы этического регулирования распространения информации коммуникатора-

ми-профессионалами и блогерами-энтузиастами не имеют принципиальных различий, зато имеет взаимную связь. Соблюдение профессиональных и общих этических принципов одинаково связано с наличием механизмов саморегулирования как в обществе в целом, так и в профессиональной среде. И то, что эти механизмы отсутствуют или крайне слабы в первом случае (на уровне общества в целом), автоматически приводит к их ничтожной роли и во втором (на уровне журналистики). Иными словами, строгое соблюдение профессиональных этических норм в журналистской практике невозможно, если эти нормы в более общем виде не поддерживает общество.

Наконец, говорят, что блогер, в отличие от профессионального журналиста, руководствуется в первую очередь, субъективными стремлениями, что подтверждается исследованиями блогосферы [6]. Не подвергая сомнению это высказывание, отметим только, что в традиционной журналистике точно такое же положение занимают внештатные авторы СМИ. Поэтому наличие в общей структуре медийной деятельности гражданских журналистов-блогеров говорит не о чуждости последних профессиональной журналистике, а о тесной (и вполне традиционной) интеграции в нее.

### **БЛОГОСФЕРА: ИНТЕГРАЦИЯ В ТРАДИЦИОННЫЕ СМИ**

Исследователь А. Калмыков, описывая новейшие процессы в журналистике, называет грядущий этап ее развития «постжурналистикой»: «Она [постжурналистика. – Р.Ж.], вероятно, будет характеризоваться: ориентацией на интерактивное коммуницирование; интеграцией отдельных средств СМИ в единую систему (СМК); интеграцией с другими социально-коммуникативными профессиональными сферами деятельности (PR, реклама, менеджмент, образование и т.п.)» [7].

В рамках указанных интеграционных процессов большое значение имеет сосуществование и объединение журналистики профессиональной и гражданской. Вряд ли имеет смысл рассматривать эти два явления в противопоставлении. На практике в нынешних массовых коммуникациях мы видим именно симбиоз профессиональной и гражданской журналистики: одна вряд ли может существовать без второй.

Начнем с того, что профессиональная журналистика исторически выделилась из синкретической деятельности, которая включала и гражданскую журналистику в ее современном понимании (если быть более точными, гражданскую пражурналистику). В свою очередь, нынешняя

профессиональная журналистика активно использует гражданскую в различных случаях. В рамках деятельности современных СМИ существуют следующие направления использования социальных медиа и их пользователей:

- в качестве источников информации;
- в качестве внештатных сотрудников;
- в качестве ретрансляторов информации;
- для получения отклика аудитории и вовлечение ее в деятельность СМИ.

Как видим, гражданские журналисты участвуют в массово-коммуникационном процессе практически на всех стадиях: сбор информации – создание текста – распространение – реакция аудитории.

Интересно, что последний этап, представляющий собой в нынешней ситуации не «обратную связь», а как равноправную коммуникацию аудитории со СМИ посредством механизмов социальных медиа, закликает процесс. Аудитория откликается на деятельность СМИ и приводит к очередному циклу своего соучастия в процессе, генерируя новой информацией.

Итак, традиционным СМИ для эффективной работы с аудиторией теперь недостаточно собственных сил для поставки информации, собственных каналов для ее распространения. Социальные медиа, пользующиеся большой популярностью у аудитории и обладающие эффективными механизмами трансляции, представляют для СМИ очень важный информационный канал.

В то же время понятно, что сама по себе гражданская журналистика показывает слабую способность к самоорганизации. Профессиональные СМИ необходимы для организаторской и редакторской деятельности гражданских журналистов. Именно по этой причине не имеет смысла обсуждать якобы имеющуюся «борьбу» профессиональных журналистов и блогеров – существование гражданской журналистики без профессиональной также невозможно.

### **ЛИТЕРАТУРА**

1. См., напр.: Эггард Л.В. Блоггерство – гражданская журналистика или слухи / Л.В. Эггард // Вестник ВГУ. Сер. : Филология. Журналистика. – 2010. – № 2. – С. 220–223.

2. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 3 от 24 февраля 2005 г. О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц // Верховный Суд российской Федерации. – ([http://www.vsrif.ru/vscourt\\_detale.php?id=1567](http://www.vsrif.ru/vscourt_detale.php?id=1567)).

3. См., напр.: Арапова Г. Свобода выражения мнения и ситуация со СМИ в России : текущие

тенденции и проблемы. Доклад на Подготовительной встрече с российскими неправительственными организациями в рамках консультаций Евросоюз – Россия по правам человека. 25-26 мая 2009 года, Брюссель / Г. Арапова // центр защиты прав СМИ. – (<http://www.mmdc.ru/analytics/single/194>).

4. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 № 2124-1 // Консультант Плюс. – (<http://www.consultant.ru/popular/smi/>).

5. Мирошниченко А. Новые медиа : «Ты мо-

жешь тоже!» / А. Мирошниченко // OpenSpace.Ru. – (<http://www.openspace.ru/media/projects/19888/details/30569/>).

6. Блоггерство и журналиста не синонимы // Новости белорусского интернета. – (<http://www.bybanner.com/article/2466.html>).

7. Калмыков А. Профессиональные корни журнализма / А. Калмыков // RELGA. Научно-культурологический журнал. – (<http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=581&level1=main&level2=articles>).

*Жолудь Р.В.*

*Воронежский государственный университет, факультет журналистики, кафедра теории и практики журналистики, к. филол. н., доцент.*

*E-mail: roman@21vek.org.*

*Zholud R.V.*

*Voronezh State University, the faculty of journalism, the chair of Journalism theory and practice, associate professor, PhD.*