

СЛИЯНИЕ ТРАДИЦИОННОЙ И ГРАЖДАНСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ НОВОЙ МЕДИАСРЕДЫ

М. Ю. Горохов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 9 сентября 2025 г.

Аннотация: статья описывает процесс слияния традиционной и гражданской журналистики, который формирует новую гибридную медиасреду. Исчезают былье различия: традиционные СМИ активно используют контент из соцсетей для оперативности, а блогеры перенимают профессиональные методы работы. Однако это взаимное уподобление имеет и негативные стороны: как СМИ, так и гражданские журналисты часто пренебрегают верификацией, что способствует распространению фейков. Законодательство также стирает границы, фактически приравнивая блогеров к СМИ по уровню ответственности. Кроме того, развитие нейросетей в целом угрожает вытеснить человека-автора, но одновременно может повысить ценность проверенной информации и личной репутации журналиста.

Ключевые слова: гражданская и традиционная журналистика, СМИ, соцсети, слияние, новая медиасреда, фейки, фактчекинг, ответственность, искусственный интеллект, репутация.

Abstract: the article describes the process of merging traditional and citizen journalism, which forms a new hybrid media environment. Former differences are disappearing: traditional media actively use content from social networks for speed, and bloggers are adopting professional working methods. However, this mutual assimilation also has negative sides: both the media and citizen journalists often neglect verification, which contributes to the spread of fakes. Legislation also erases the boundaries, effectively equating bloggers with the media in terms of responsibility. In addition, the development of neural networks in general threatens to displace the human author, but at the same time can increase the value of verified information and the personal reputation of the journalist.

Keywords: citizen and traditional journalism, media, social networks, merger, new media environment, fakes, fact-checking, responsibility, artificial intelligence, reputation.

С момента зарождения гражданской (или любительской, «народной») журналистики, обусловленного широким распространением цифровых технологий, возник повод для сопоставления ее методов, форм и результатов проделанной авторами работы с практикой функционирования традиционных СМИ. И если на начальных этапах развития данного феномена можно было говорить о принципиальных отличиях, включающих в себя доступ к информации, количество задействованных источников, проблему верификации данных, качество обработки материала и т.д., то сегодня контраст далеко не столь очевиден. Более того, можно заметить встречное движение этих двух смысловых и профессиональных «галактик», порой приводящее к их смешению и взаимному перетеканию.

Сближение журналистских материалов с публикациями из соцсетей происходит не только по линии прямого перехода сообщений из одной коммуникативной среды в другую, но и по ряду других направлений. Причем касается это как новостных, так и интерпретирующих текстов.

Здесь можно выделить несколько аспектов.

1. СОБСТВЕННО СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ

Общим местом в практике СМИ уже стали ситуации, когда журналист начинает материал с фраз вроде: «Житель города поделился в соцсетях...», «Сотрудники предприятия пожаловались в интернете...», «Губернатор в телеграм-канале пообещал...», «Участники популярного интернет-сообщества обсудили...»... Но, начиная так, нередко этим же он по большому счету и довольствуется. Максимум — снабжает публикацию фото и видео, взятыми из того же источника. Получается простая констатация в угоду оперативности. Без комментариев заинтересованных сторон, ответственных лиц, независимых экспертов и самого журналиста.

Соцсети же тем временем все больше берут на себя функции осмыслиения. Автор отдельного поста может сам перейти к обобщениям по линии «факт — явление, тенденция, закономерность...». Либо коллективное обсуждение по принципу «вирусного редактора» [1] способствует отсеиванию всего малозначительного и концентрации ключевых смыслов.

Помимо отдельных авторов это распространяется и на платформы в целом. Так, популярное сообщество «Мой и твой Воронеж» (438 тысяч подписчиков во «ВКонтакте» и 174 тысячи — в «Телеграм», по данным на 8 сентября 2025 г.) последовательно сближает свои подходы с практикой функционирования традиционных СМИ: берет комментарии у официальных лиц, при необходимости направляет им запросы. Монтирует видеосюжеты — была даже попытка организовать собственное круглосуточное вещание [2]. Что не мешает ему спекулировать на всплывающих в Сети скандальных инфоповодах, тиражируя непроверенную информацию из сообщений частных лиц. Кроме того, автор данной статьи выступил инициатором взаимодействия с упомянутым ресурсом на радио «Комсомольская правда — Воронеж» (97.7 FM), где вышло несколько передач, основанных на обсуждении новостей прошлой недели, вызвавших широкий отклик у подписчиков этого сообщества, а также набравших наибольшее количество просмотров на сайте vrn.kp.ru. Стоит отметить, что диалог получался вполне содержательным и при этом непринужденным, что по содержанию сближало его с традиционным журналистским жанром обозрения, а по форме — с неформальным общением собеседников в соцсетях.

Получается встречное движение двух платформ. Ставяясь перенять конкурентные преимущества друг друга, в реальности они стремятся к некой усредненной величине.

Проявляется это сближение и в других моментах.

2. УРОВЕНЬ ФАКТЧЕКИНГА

Зачастую ссылкой на один источник ограничиваются и журналисты, и авторы из соцсетей. «Чиновник заявил...», «прокуратура сообщила...», «общественная организация распространяла информацию...». И если в случаях с оперативными комментариями из официальных ведомств это еще бывает оправдано, то в остальных ситуациях вопросы по поводу достоверности распространяемых сведений остаются как к «штатным», так и к «гражданским» авторам.

Более того, очевидно, непроверенная информация порой становится звеном в целенаправленно выстраиваемой редакциями цепочке: сначала «воронежцев пугают сообщениями о...», потом «правоохранители проводят проверку по поводу...», и, наконец, «власти опровергли (полиция назвала фейком)...» Подставьте, что хотите: педофила у школы, зараженные ВИЧ иголки в общественных туалетах или найденную в людном месте бомбу. Получается уже не одна публикация, а минимум две — и вдвое больше потенциального трафика.

Недостаточная проверка вбрасываемых в публичное пространство инфоповодов становится в том числе питательной средой для распространя-

ния фейков. В качестве показательного примера здесь можно вспомнить растиражированное федеральными и местными СМИ заявление популярного телеграм-канала о махинациях с квартирами для воронежских сирот, основанное на ложном сообщении в соцсетях. Обвинения в адрес областного департамента соцзащиты в том, что вместо законных получателей жилья в льготную очередь вписали сотрудников ведомства, после прокурорской проверки не подтвердилось. Обнародованные «документы» были фальшивыми. Как и сам «сирота», первым рассказал об этом на своей странице: в списках воспитанников местных детдомов такой человек не значился, а его аккаунт оказался однодневкой, по всей видимости, созданной специально для такого случая [3].

Как видим, в этой ситуации необходимым фактчекингом в равной степени пренебрегли как социальные, так и традиционные медиа, уподобившись друг другу не в лучших своих проявлениях.

Впрочем, проблему целенаправленной дезинформации стоит выделить в отдельный пункт.

3. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФЕЙКОВ

То, что изначально было присуще социальным сетям в силу самой их природы — стихийной, «народной», лишенной обременений — в СМИ пришло как инструмент информационной войны, орудием которой они сегодня стали. И целенаправленная дезинформация в интересах конкретных бенефициаров теперь — принадлежность обеих информационных сред.

Из соцсетей ложные сообщения попадают в официальные средства массовой информации. Причем порой последние тиражируют их осознанно. Любопытный механизм на встрече с коллегами в воронежском Доме журналистов в феврале 2024 г. описал военкор и руководитель донецкой редакции ВГТРК Андрей Руденко: «отмывание» распространяемых в украинских СМИ фейков о действиях России происходит за счет западных медиа, которые тиражируют их по бесхитростной модели «Украинское издание сообщило...». А затем уже другие редакции в разных странах ссылаются не на сомнительный первоисточник, а на «авторитетные» европейские или американские ресурсы. И в таком легализованном виде этот контрафакт возвращается в том числе на саму Украину, вызывая уже гораздо большее доверие у населения [4].

Бывает и нецеленаправленное распространение ложных сведений на популярных сетевых ресурсах.

Так, в начале декабря 2023 г. вслед за публикацией в известном телеграм-канале Fighterbomber федеральные СМИ растиражировали шокирующую новость о расстреле на остановке общественного транспорта в Воронеже военного летчика с позывным «Бес» (по фамилии Бестужев-Рюмин), который

якобы получил семь пуль, защищая своих троих детей. История быстро распространилась, обрасти подробностями: гибель жены от ракетного удара ВСУ и последующая смерть самого летчика. Новость вызвала широкий резонанс, вплоть до предложения депутатов Госдумы наградить героя орденом Мужества.

Однако воронежские власти, правоохранительные органы и Военно-воздушная академия официально опровергли эту информацию, заявив, что подобных инцидентов не фиксировалось, а сотрудника с такими данными не существует.

Вскоре автор первоначального сообщения признался, что стал жертвой обмана. Его давний друг рассказал ему эту историю со слов своей женщины (расстрелянный якобы был ее братом), которая впоследствии призналась, что полностью выдумала весь сюжет с шокирующими подробностями без какого-либо внешнего давления. Владелец канала принес публичные извинения [5].

4. СБЛИЖЕНИЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СУБЪЕКТА ВЫСКАЗЫВАНИЯ

Одни и те же люди порой выступают в качестве персонифицированных авторов на обеих площадках. Здесь и популярные ведущие, и медиаменеджеры, и военкоры, и представители шоу-бизнеса, и эксперты в конкретных узких сферах. Причем движение также двустороннее: сотрудники СМИ успешно осваивают механизмы формирования личного бренда в соцсетях и мессенджерах, а блогеры, уже успевшие создать этот бренд в социальных медиа, получают приглашения вести свои проекты в классических средствах массовой информации. В такой ситуации обусловленная каналом распространения грань в высказываниях авторов уже совершенно стирается.

Так, военные корреспонденты «Комсомольской правды» Александр Коц и Дмитрий Стешин, как и другие их коллеги, взаимодействуют со своей аудиторией на всех доступных площадках: публикуют материалы на сайте и в газете, регулярно выступают на «Радио КП» (у Коца там есть своя программа «Аналитика с именем», Стешин — тоже частый гость в эфире), при этом имеют популярные телеграм-каналы (540 и 142 тыс. подписчиков соответственно, по данным на 8 сентября 2025 г.) и распространяют свой контент на других цифровых платформах. Что откуда «перетекает», в такой ситуации уже не понятно. Возникает некая синкретичность, общая смысловая целостность, объединяющая разные начала.

Опубликованная в мессенджере колонка позже в основных своих тезисах может прозвучать в эфире — в качестве ответа на соответствующий вопрос собеседника, а завтра — стать частью газетной публикации. При этом субъект высказывания — один и тот же, независимо от ситуативных вариаций в по-

даче материала. И качество сбора, проверки информации, анализа происходящего и стилистической обработки текста — тоже. За тем лишь исключением, что на собственных страницах журналисты, комментируя сообщения других блогеров или отвечая читателям, допускают гораздо больше языковых вольностей — вплоть до ненормативной лексики.

В целом же явление налицо: уже многолетнее «перетекание» профессиональных коммуникаторов в среду социальных медиа, создание множества авторских проектов бывших (или действующих) сотрудников «регулярных» СМИ существенно подняло общую планку некогда гражданской журналистики, по сути сформировав новую медиасреду, о которой мы здесь говорим.

Немало и других примеров — когда традиционно официальный субъект высказывания не просто использует соцсеть наряду с выступлениями в средствах массовой информации, а делает ее основным каналом взаимодействия с аудиторией. Здесь можно вспомнить ряд глав субъектов РФ (Кадырова, Гладкова, Хинштейна...), чьи телеграм-каналы привлекают сотни тысяч, а порой и миллионы подписчиков, становясь, по сути, самостоятельными медиа.

Но и этим взаимоуподобление двух сфер не ограничивается. Границы стираются также в юридическом смысле.

5. ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

Блогер с числом подписчиков более трех тысяч сегодня фактически подпадает под те же ограничения, что и СМИ. А если его аудитория достигает десяти тысяч, то он обязан еще и регистрироваться в Роскомнадзоре.

За распространение клеветы, фейков, призывов к экстремизму и даже за рекламу без соответствующей пометки автора контента можно привлечь к ответственности: гражданской (судебные иски о возмещении вреда), административной (крупные штрафы) и даже уголовной, вплоть до лишения свободы за особо серьезные нарушения (например, фейки об армии).

Таким образом, публикация сообщений в соцсетях становится не просто увлечением, а деятельность, подпадающей под серьезное правовое регулирование. Причем закон уравнял блогеров со средствами массовой информации в части ответственности, но не предоставил им тех же возможностей.

Стоит добавить, что, если аудитория конкретного автора постов меньше указанных цифр, это не освобождает его от соблюдения общих требований. За распространение клеветы, оскорблений, фейков, экстремистского контента или нарушение авторских прав его могут привлечь к тем же видам ответственности вне зависимости от количества подписчиков.

Рассмотрев все приведенные аспекты, мы видим рождение новой целостности. Гражданская и традиционная журналистика в этом контексте все больше представляются атавизмами. Обе сущности сливаются в нечто гомогенное, усредненное.

А с развитием технологий нивелируется и реальный субъект высказывания. На сцену выходит нейросеть. В плане производства контента она уже готова теснить и журналистов, и блогеров, и простых интернет-пользователей. Создавать по запросу анонимных интересантов собственный вымышленный мир. Лишая тем самым будущие поколения истинной креативности: усредненная накопленный человечеством опыт и мгновенно предоставляя его пользователям для решения текущих задач, ИИ словно выкачивает из их легких творческий воздух, заполняя освободившееся пространство пусты и качественной, но компиляцией существовавшего ранее. Как в игре дженга, вынимает кирпичики из основания башни, атрофируя один за другим слои восприятия, мышления, а, может, в конечном итоге — и человечности как таковой. Срастаясь собственными идеями с «мыслями» искусственного интеллекта, люди могут перестать различать их в своем сознании. И смотрясь в это зеркало — утратить реальное лицо.

При этом сами нейросети становятся умнее. В итоге есть риск, что они же и вырвут из рук рас slabившихся пользователей временно предоставленные им кости, обрушив их лицом в пыль творческой беспомощности.

Но тут еще возможна обратная отмашка маятника, когда автору для удержания аудитории на любой из площадок потребуется и проверка информации, и надежные источники, и экспертный пул, и реальный, а не сгенерированный искусственным интеллектом мультимедийный контент, верифицированный самим этим персонализированным авторством.

Последствия наблюдаемых нами изменений пока трудно предсказуемы. Довольно оптимистич-

ный сценарий рисует военный корреспондент РИА «Новости» Александр Харченко: «Так что же станет с журналистом? Его значение вырастет многократно. Журналист превратится в нотариуса информационного поля. Отныне он будет заверять своей репутацией тот материал, который выпускает. Люди будут переходить от безликих агрегаторов к персонализированной информации. Значение института репутации вырастет многократно. Журналист станет настоящим поводырем в бушующем мире информационного хаоса» [6].

Как бы то ни было, границ между редакционными офисами и любыми онлайн-платформами в этом хаосе уже не будет. Как не будет их и в сознании самих пишущих или читающих.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мирошниченко А. А. Когда умрут газеты / А. А. Мирошниченко. — М., 2011.
2. Спецкурс Максима Горохова «Экспертная журналистика». Пишем по информации из соцсетей. — Режим доступа: <https://rutube.ru/video/744c68a0d985465f0cf2fd4d6778a41f> (дата обращения: 08.09.2025).
3. Прытков Р. Прокуратура признала фейком жалобы лжесирот на департамент соцзащиты / Р. Прытков. — Режим доступа: https://moe-online.ru/news/society/1089634?utm_source=copypasthttps://moe-online.ru/news/society/1089634 (дата обращения: 08.09.2025).
4. Воронежский Дом журналистов. Встреча с военным корреспондентом Андреем Руденко. — Режим доступа: https://vk.com/video-76867949_456240130?ysclid=mf7ccgq319913912029 (дата обращения: 05.09.2025).
5. Федяшева Е. Автор сообщения о расстрелянном в Воронеже летчике рассказал, как появилась новость / Е. Федяшева. — Режим доступа: <https://www.vrn.kp.ru/daily/27592.5/4864019/?ysclid=mf79jh7kw2485964993> (дата обращения: 05.09.2025).
6. Харченко А. Нейросети и будущее военной журналистики / А. Харченко. — Режим доступа: <https://t.me/bayraktar1070/972> (дата обращения: 05.09.2025).

Воронежский государственный университет
Горохов М. Ю., кандидат филологических наук, доцент
кафедры журналистики и литературы
E-mail: maksim.gorohov@phkp.ru

Voronezh State University
Gorohov M. Y., Candidate of Philology, Associate Professor of
the Journalism and Literature Department
E-mail: maksim.gorohov@phkp.ru