

БЛОГГЕРСТВО: ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРОФЕССИЯ ИЛИ СПОСОБ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Оганян Агавни Манвеловна

магистрант Самарского Национального исследовательского университета, РФ, г. Самара

Термин «блог» происходит от английского слова Weblog (веб-журнал), автором которого стал Дж. Барджер в 1997 году. Оксфордский словарь трактует блог как вебсайт, содержащий журнал или дневник на конкретную тематику, а в словаре К. Кобилт блог определяется как веб-сайт, на котором отдельные индивидуумы или их группа осуществляют регулярно продолжающуюся подачу информации [9]. Блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором. Людей, ведущих блог, называют блоггерами [6].

В связи с активным развитием блоггерства в последние годы широко дискутируемым является вопрос о том, является ли блоггер журналистом в смысле профессии или это полностью любительская деятельность. Чтобы ответить на данный вопрос, рассмотрим понятие «профессия». Подавляющее большинство словарей и энциклопедий определяет профессию как «род трудовой деятельности человека, владеющего комплексом специальных теоретических знаний и практических навыков, требующий специальной подготовки и являющийся, как правило, источником существования» [1; 2]. Данное сборное определение предусматривает наличие специальной подготовки, но не конкретизирует, что подготовка должна быть получена в учебных учреждениях.

Анализ профессиограммы журналиста, по Е. Романовой, показывает, что акцент делается на психологических качествах, умениях, навыках, способностях, видах деятельности, а также указываются учебные заведения, где можно получить данную профессию [14], но нигде не сказано, что журналистское образование, полученное на профильных факультетах, является определяющим условием. На одном из сайтов написано, что «освоить профессию можно на факультетах журналистики в вузах. Существуют также специализированные курсы. Хотя необходимо изначально владеть пером и словом, нельзя надеяться, что писать научат в институте. Поэтому желательно еще до поступления пробовать писать, участвовать в создании стенгазет, посылать свое творчество в различные издания» [11]. Таким образом, нельзя сказать, что наличие высшего журналистского образования является определяющим признаком профессии журналиста. В связи с этим рассмотрим взгляды различных исследователей на соотношение журналистики и блоггерства.

По мнению Ж. Бодрийяра, СМИ авторитарны по своей сущности, поскольку реализуют одностороннюю коммуникацию. Возможность комментирования, предполагаемая блогами, производит переворот: комментарии пользователей способны повлиять на его восприятие другими пользователями [3].

Е.П. Прохоров сопоставляет функции традиционной журналистики и функциями блогов [12].

Таблица 1.

Сопоставление функции традиционной журналистики и функциями блогов

Функции	Традиционная журналистика	Блоги
Коммуникативная функция	Функция общения, налаживания контакта является исходной	Блоги по своей природе содержат в себе возможность коммуникации,

	функцией журналистики, но осложняется односторонностью контакта.	которая происходит технически благодаря возможности комментирования записей дневника.
Непосредственно-организаторская функция	Подразумевает собой проведение журналистских мероприятий с привлечением массовой аудитории.	При помощи блога проводятся независимые опросы, флэшмобы, сборы подписей, акции. Собрать массовую аудиторию в блогосфере можно за более короткий промежуток времени, чем по каналам традиционных медиа.
Идеологическая функция	Связана со стремлением оказать глубокое влияние на мировоззренческие основы и ценностные ориентации аудитории, на самосознание людей, их идеалы и стремления.	Блог служит для журналиста доступной и безопасной площадкой для выражения собственного компетентного мнения, которое по причине редакционной политики не попадает в публикацию или эфир.
Культурно-образовательная функция	Традиционные медиа участвуют в пропаганде и распространении в жизни социума ценностей «высокой» культуры, а также воспитывают людей на образцах общемировой культуры, тем самым способствуя всестороннему развитию человека.	«Новые медиа» выстраиваются сегодня не столько на платформе «игровых принципов», сколько на базе привычных социальных принципов, определяющих человеческие отношения в среде «офлайн».
Рекламно-справочная функция	Масс-медиа информируют, консультируют потребителя по тем или иным вопросам с целью сбыта товара.	Блог является эффективной рекламной площадкой как в виде рекламных статей, так и в виде баннерной рекламы.
Рекреативная функция	«Традиционная» журналистика ориентирована на достижение стандартов объективности, просвещения, оперативного монологичного оповещения	Блог-журналистика предполагает также следование нормам коммуникативного взаимодействия и принципу «удовольствия от текста».

Проведенное Е.П. Прохоровым сравнение показывает, что блоггерство довольно заметно отличается от традиционной журналистики по критериям возможности коммуникации, получения обратной связи, скорости распространения информации, внешнего контроля за контентом, следования определенным стандартам.

Е. Кучер отмечает, что, хотя активность и востребованность блогов и частичное выполнение ей функций журналистики несомненны, назвать блоги СМИ в профессиональном смысле нельзя. Отождествлению блогов со СМИ препятствует, в частности, расхождение их целей и задач. Блоги ведутся по желанию и в интересах самих авторов, а действия СМИ направлены на обслуживание общественного интереса. Объединению блогов и СМИ в единую группу препятствует недостаточная правовая разработанность функционирования данной сферы. Случается, что блоггеры в своих дневниках разжигают межнациональные конфликты, призывают к экстремизму, но привлечь к ответственности не сотрудника СМИ, а зарегистрированного пользователя в интернете, невозможно [6].

К.А. Орлова, К.А. Кирилин, А.В. Пустовалов, И.А. Березина пишут, что блоггеры не всегда соблюдают те требования к текстам, которые предъявляет профессиональная журналистика. Неограниченная свобода позволяет отменить понятие «формата», игнорировать такие обязательные принципы журналистики, как проверка достоверности информации, ссылка на источники, представление нескольких точек зрения [8; 13].

Н.И. Федосеева и Я.В. Кихтан отмечают, что факты, приводимые блоггерами, подвергаются только читательской проверке. Гражданским журналистам не нужно соблюдать определенные корпоративные, учредительские и редакционные принципы, а системы наказаний для них практически не существует, в отличие от официальных изданий [15].

Д.С. Мамутова считает, что традиционная журналистика и блоггерство взаимосвязаны и взаимозависимы. Использование передовых авторских и писательских технологий – требование времени. Вместе с тем, журналистика блоггеров в значительной степени может заимствовать опыт традиционной, прежде всего в вопросах качества контента и ответственности за публикацию [7].

А.Г. Филатова делает вывод о том, что традиционные медиа и блогосфера тесно связаны между собой и, более того, конвергируют друг в друга, что позволяет обеспечить свободный обмен информацией и увеличивает скорость ее распространения по сети Интернет. Благодаря перемещению информации из традиционных СМИ в гражданские и наоборот увеличивается потенциальная аудитория контента. В таких условиях функция профессионального журналиста не теряется, а напротив, становится более важной. Развивается сложная система многоканальных дискуссий, мыслей и сотрудничества, когда опубликованная статья возвращается в блогосферу и дорабатывается там с учетом комментариев читателей. Таким образом, взаимодействие профессиональной и гражданской журналистики дает им возможность не конкурировать, а эффективно дополнять друг друга [16]. А. Попов считает, что блоги кардинально не меняют традиционную журналистику, но заставляют ее быть более оперативной, социально ответственной, интерактивной; они не совершают переворот в традиционной журналистике, а стимулируют ее развитие [10].

А. Васильев полагает, что публикации блоггеров в сравнении с традиционными СМИ – это как живопись импрессионистов в сравнении с греческими и римскими профилями в исполнении академических художников [5]. В. Варванин считает, что «никакой блоговой журналистики нет». «Блогов, претендующих на «журнализм», во всей вашей блогосфере – доли процента. И они ничем не отличаются от авторских колонок в обычных изданиях. Подавляющее большинство блогосферы – это абсолютно пустой треп, похмельные стоны и бесконечные препирательства.... Только причем здесь журналистика?» [4].

Л.В. Экгардт отмечает, что «блоггерство и журналистика не так далеки друг от друга, как небо и земля, но и не похожи друг на друга, как две капли воды» [17, с. 223]. И блоггеры, и журналисты пишут тексты на социально значимые темы, которые читает определенная аудитория. Периодичность записок в блогах зависит от желания автора, а не от требований редакции. Как и СМИ, блоггерские статьи имеют определенное влияние на общество. Но ответственность журналистов перед законом, меньшая доля субъективности, проверенность информации создают огромное пространство между блоггерством и журналистикой. Это пространство не так уж огромно, но не считаться с ним невозможно, в связи с чем синонимичными эти два понятия назвать нельзя [17].

Итак, блоггерство или гражданская журналистика – социальный феномен, возникший в конце XX века. Блог создается самыми обычными людьми и может быть сфокусирован на новостях, опыте или мнении. Он может быть личным или представлять какую-либо компанию, политическую партию. Единичные блоги, регулярно предоставляющие интересную общественности информацию и имеющие большое количество подписчиков, могут выполнять функцию средств массовой информации, а их авторы могут называться гражданскими журналистами, но в подавляющем большинстве случаев блоггерство представляет собой деятельность по созданию формы интернет-контента для обеспечения коммуникаций в сети между блоггером и подписчиками.

Список литературы:

1. Большая советская энциклопедия. URL: http://enc-dic.com/enc_sovet/Bolshaja-sovetskaja-jenciklopedija-113050 (Дата обращения: 16.02.2018)
2. Большой энциклопедический словарь. URL: http://enc-dic.com/enc_big (Дата обращения: 16.02.2018)
3. Вокуев Н.Е. Между дневником и масс-медиа: особенности блога как средства коммуникации // Аналитика культурологии. – 2011. - №19. – С. 156-163.

4. Интервью с Вячеславом Варваниным «Никакой блогерской журналистики нет». URL: <http://webplanet.ru/interview/business/2006/08/28/lenta.html> (Дата обращения: 18.11.2017)
5. Калмыков А. Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
6. Кучер Е. Блоги и СМИ: сходства и различия // Медиаальманах. – 2011. - № 3. - С. 55-63.
7. Мамутова Д.С. Блоги как форма общественной коммуникации // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. - № 2. – С. 188-191.
8. Орлова К.А., Кирилин К.А. Блог как новая форма массовой коммуникации: особенности правового регулирования // Медиаисследования. – 2015. - № 2. – С. 192-201.
9. Петросян В.Г. Блоги: СМИ или платформа свободного выражения? // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире: материалы международной научно-практической конференции. – СПб., 2014. С. 134-138.
10. Попов А. Блоги – средство профессиональной журналистской коммуникации? // Медиаальманах. – 2011. - № 3. - С. 48-57.
11. Профессиограмма «журналист». URL: <http://profigrama.ru/profession/> журналист (Дата обращения: 22.02.2018)
12. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2007.
13. Пустовалов А.В., Березина И.А. Новые формы журналистики во взаимодействии с гражданским обществом // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2013. - № 1. – С. 40-51.
14. Романова Е. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. – М., 2003.
15. Федосеева Н.И., Кихтан Я.В. Проблемы гражданской журналистики в России // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей V Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2017. С. 31-33.
16. Филатова О.Г. Блоги И СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник СПбГУ. Серия 9. - 2010. - № 4. – С. 281-288.
17. Экгардт Л.В. Блоггерство – гражданская журналистика или слухи? // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2010. - №2. – С. 220-223.