

А.С.Маслов

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА, ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И БЛОГЕРСТВО: К ВОПРОСУ О РАЗГРАНИЧЕНИИ ПОНЯТИЙ

В современных условиях журналистика претерпевает серьезные изменения с точки зрения миссии, функций, техник и инструментов. Это обуславливает необходимость теоретического осмысления происходящих процессов и уточнения категориального аппарата. В статье проанализировано взаимовлияние профессиональной и гражданской журналистики (как *civic journalism*, так и *citizen journalism*) и опровергнуто мнение о том, что *citizen journalism* может привести к утрате востребованности профессиональной журналистики. Доказана необходимость терминологического уточнения понятия «гражданская журналистика». Блогосфера рассмотрена как вид *citizen journalism*. Описаны точки соприкосновения в деятельности профессиональных журналистов и блогеров. Сделан вывод об актуальности перехода от журналистики фактов к журналистике мнений и обоснована целесообразность внесения соответствующих изменений в профстандарты для журналистов и в образовательные стандарты в сфере подготовки таких специалистов. Аргументирована назревшая потребность разграничения понятий *civic journalism* и *citizen journalism*, которые в настоящее время объединены одним русскоязычным термином «гражданская журналистика».

Ключевые слова: СМИ, журналистика, Интернет, блог, блогер, блогосфера

XXI век ознаменовался не только существенными техническими и технологическими изменениями медиасферы [1, с. 407-408], но и переосмыслением сущности профессии «журналист». Нельзя не согласиться с мнением, что журналистика сегодня трансформируется как на уровне понимания ее миссии и функций, так и на уровне техники конкретных практик [2, с. 229].

Показательны, на наш взгляд, два момента.

Во-первых, как следует из результатов исследования бизнес-школы «Сколково» и Агентства стратегических инициатив, эта профессия попала в список вымирающих [3]. Причем на смену ей не придет какая-то одна новая профессия (например, названная в духе времени — «медиакоммуникатор» или т.п.), а появится несколько узких специальностей: «продюсер смыслового поля», «медиаполицейский», «инфостилист», «редактор агрегаторов контента», «модератор платформы общения с госорганами» и т.п. Полагаем, что такие выводы, по меньшей мере, преждевременны и в реалиях сегодняшнего дня необоснованны. Справедливости ради надо отметить, что авторы прогноза не совсем отказывают журналистике в праве на существование в будущем, отмечая, что «профессиональные журналисты останутся работать в форматах, требующих больших творческих талантов — например, авторская журналистика» [4].

Во-вторых, активно используется термин «гражданская журналистика», причем в совершенно противоположных смыслах. Нам близко определение гражданской журналистики, которого придерживается И.М.Дзялошинский, трактуя ее как профессиональную деятельность журналистов, помогающую населению влиять на власть и политиков, а политикам узнавать истинные интересы граждан. Т.е. гражданская журналистика — это профессиональная журналистика высокого качества [5, с. 29-30]. В соответствии с таким подходом исследователь предлагает три парадигмы профессиональной деятельности журналиста: журналистика «воздействия» (в основе — контроль, журналист стоит над аудиторией), журналистика «информирования» (в основе — предоставление информационных услуг, журналист находится рядом с аудиторией), «гражданская журналистика» (в основе — соучастие, журналист находится внутри аудитории и ее проблем) [5, с. 9-10]. Аналогичную точку зрения можно встретить в словарях, где гражданская журналистика трактуется как синоним общественной журналистики, реализующей принцип приоритетности гражданских интересов и ценностей [6, с. 47]. Однако гораздо более широкое распространение получила трактовка, по своему смысловому наполнению не имеющая ничего общего с профессиональной журналистикой и не определяющая журналистику как профессиональную деятельность. Такая «гражданская журналистика» предполагает участие обычных граждан в формировании информационного контента. И опираясь именно на последнюю трактовку этого термина, уже более 10 лет назад ряд исследователей высказывал мнение, что развитие гражданской журналистики привело к тому, что «целое профессиональное сообщество» (читай — журналисты) как посредник между источниками информации и аудиториями утратило свою необходимость [7, с. 80].

Корни двух таких диаметрально противоположных трактовок кроются в погрешностях перевода. Исторически в англоязычной практике существовало два понятия: «*civic journalism*» и «*citizen journalism*», оба переводятся, как «гражданская журналистика». Однако в первом случае речь идет о профессиональной деятельности журналистов, которые создают в СМИ площадку для дискуссий по значимым для аудиторий вопросам и высказывают в рамках этих дискуссий свою гражданскую позицию. Подчеркнем, что словари и Закон о СМИ трактуют термины «журналист» и «журналистика» применительно исключительно к профессиональной деятельности [6, с. 67]. Во втором — об участии граждан, не являющихся

профессиональными журналистами, в формировании информационной повестки. К сожалению, сегодня, говоря о гражданской журналистике, имеют в виду именно «citizen journalism», т.е. то, что журналистикой по сути не является. При этом сторонники данного подхода используют термин «журналистика» и в традиционном смысле, и применительно к «citizen journalism». Например, есть мнение, что «гражданские журналисты создали новый сценарий информации, они привели человечество к новой эре журналистики, в которой аудитория больше не является пассивным субъектом, которому новостные каналы должны рассказывать новости» [8, с. 245]. Говоря о новой эре, какую журналистику имеет в виду процитированный автор?

Исследователи, которые утверждают, что журналистика новостей, просто констатирующая факты, уступает место гражданской журналистике [7, с. 82], забывают о том, что профессиональный журналист никогда, ни в настоящее время, ни ранее не ограничивался простой фиксацией того или иного события. Нельзя сбрасывать со счетов и то, что у «журналистов-любителей» не сформированы представления о профессиональной журналистской этике, они не обучены навыкам сбора и обработки информации. Недостоверность, необъективность, плагиат, лоббирование чьих-то интересов — все эти и многие другие риски в гораздо большей степени присущи «гражданской журналистике» (citizen journalism), нежели профессиональной. Нередко медиаресурсы, позиционирующие себя как citizen journalism, создаются подчеркнуто в противовес традиционным СМИ, как например, каналы, объединенные названием «Народный контроль»: «Народный контроль Кубани» (https://www.youtube.com/channel/UCJ1VoYJh-tcEjX_EAj8EkxA/featured), «Народный контроль Алтайского края» (https://www.youtube.com/playlist?list=PLUy9UeGEyCS-zVAMi-Z9DUNU9gW9_3i3f) и т.д.

Специфика «civic journalism» и «citizen journalism» может быть обобщена и представлена в виде таблицы.

Таблица

Основные характеристики civic journalism и citizen journalism

Параметры	civic journalism	citizen journalism
Профессиональная / непрофессиональная сфера	Деятельность профессиональных журналистов в качестве сотрудников СМИ	Инициативная информационная деятельность непрофессионалов
Характеристика деятельности	Работа с аудиториями, развитие социального диалога и гражданского самосознания, повышение жизненной активности представителей аудиторий	Самовыражение, развлечение, информирование, трансляция своего мнения по поводу фактов и событий, создание интернет-сообществ
Каналы распространения информации	Официально зарегистрированные СМИ	СМО, прежде всего, так называемые «социальные медиа»
Субъект деятельности	Аудитория — не только источник информации и ее адресат, но и партнер. Аудитория не ограничивается пользователями сети Интернет	Аудитория — получатель информации с возможностью обратной связи. Аудитория ограничивается пользователями сети Интернет
Роль авторов	Автор — соучастник коммуникационного процесса, находящийся внутри аудитории и ее проблем	Автор — поставщик актуальной информации, в том числе и традиционным СМИ
Достоверность информации	Высокая	Возможен разброс от высокой до низкой
Соблюдение норм профессиональной этики	Обязательно	Не обязательно, так как деятельность не относится к профессиональной
Ответственность за публикацию материалов	Высокая, в соответствии с действующим законодательством	Фактически отсутствует

Считаем, что есть достаточно оснований утверждать, что citizen journalism, безусловно, является стимулом для развития профессиональной журналистики, однако не приводит и не может привести к ее исчезновению и не может стать ей альтернативой.

Понимая, что сломать сложившуюся практику широкого использования русскоязычного термина «гражданская журналистика» как «citizen journalism» сложно, мы полагаем, что постепенно ему на смену придут более частные определения, характеризующие конкретные разновидности «гражданской журналистики»: «блогерство», «пользовательский контент» и т.п. В настоящей статье предпринята, в том числе, попытка уточнить взаимовлияние профессиональной журналистики и блогерства как разновидности «гражданской журналистики».

Сегодня блогеры и СМИ занимают одну и ту же нишу, работая в рамках единого информационного пространства [9, с. 334]. Например, фотограф Илья Варламов превратил свой блог фактически в авторское СМИ

(<https://varlamov.ru>), его версия на YouTube насчитывает 2,75 млн подписчиков, однако официально как СМИ этот медиаресурс не зарегистрирован, де-юре не перестав быть блогом. Или авторский проект Алекса Экслера (<https://www.exler.ru>), в который также встроен блог.

Более того, размеры аудиторий некоторых блогеров превосходят аналогичный показатель ведущих СМИ. Приведем лишь некоторые примеры: блогер Like Nastya (около 70 млн. подписчиков), Kuplinov ► Play (около 10 млн. подписчиков), Wylsacom (более 9 млн. подписчиков), The Kate Clapp (более 7 млн. подписчиков) [10].

Технический и технологический прогресс привел к значительному росту значения средств коммуникации, прежде всего — сети Интернет. Действительно, среди СМК Интернет в настоящее время занимает лидирующую позицию и является мощным рычагом воздействия на общество [11, с. 86]. За одну минуту пользователи Twitter публикуют 2,5 млн постов, в Instagram размещается более 200 тыс. фотографий, Google получает 4 млн. поисковых запросов, а на YouTube загружают более 100 часов видео. [12, с. 113].

Цифровые технологии, мобильные устройства и социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни людей во всем мире. Этот вывод подтверждают цифры, приведенные в отчете о состоянии цифровой сферы Digital 2020, который каждый год готовят We Are Social и Hot suite. В начале 2020 года более 4,5 млрд. людей пользовались Интернетом (прирост за год — 298 млн. новых пользователей). В России количество интернет-пользователей, по данным Digital 2020, составило 118 млн. человек. Следовательно, Интернетом пользуется около 81% россиян [13].

Говоря о журналистике, следует помнить, что современным СМИ свойственна конвергентность и мультимедийность. Первая, являясь длительным историческим процессом, обусловлена техническим прогрессом и развитием средств обработки, передачи и хранения информации. Вторая — отличительная черта первой четверти XXI века, обуславливающая новые творческие возможности в журналистской деятельности. Причем, именно мультимедийная журналистика — магистральное направление развития массмедиа в информационном обществе. Информатизация и глобализация привели к существенным изменениям в сфере средств массовой информации и профессиональной деятельности журналистов. Журналистика стала мультимедийной, т.е. сочетающей разные среды и средства представления информации и предусматривающей взаимодействие с получателями этой информации. Интернет обеспечивает все возможности мультимедиа, прежде всего, за счет интерактивности. Мультимедийность как творческий синтез традиционных новых форм (устное и печатное слово, музыка, видео и фото, графическая анимация, инфографика и др.) и методов деятельности (интерактивные видеоклонки, подкастинг, использование интерактивных и гипертекстовых элементов и т.д.) в полной мере присущ интернет-журналистике. По сути, мультимедийная журналистика предполагает подачу материала с использованием двух и более медийных форматов. Соответственно, современный журналист должен уметь собирать и обрабатывать информацию с учетом ее мультимедийного представления, а также уметь работать с «citizen journalism».

Блогосфера представляет собой совокупность блогов и является насыщенным информационным полем. Нередко блогеров ставят на одну ступень со СМИ [14, с. 23]. Однако такой подход не совсем верен, прежде всего, потому, что журналистская деятельность осуществляется при помощи средств массовой информации (СМИ), тогда как блоггинг — средств массового общения (СМО).

Понятие «блоггинг» может трактоваться в узком значении, и тогда он понимается как ведение блога. В широком смысле блоггинг — это совокупность периодических действий автора блога, направленных на выражение собственного мнения в отношении фактов, тем, персоналий и привлечение к этому мнению внимания участников блогосферы. Исходя из широкой трактовки блоггинга, блогер — человек, который не только ведет свой дневник, но и комментирует контент пользователей, работает с новостными лентами, отслеживает рейтинги, предпринимает меры к расширению читательской аудитории.

Блоггинг, являющийся видом коммуникативной активности, вступает во взаимодействие с другими ее видами, в том числе, с журналистикой. По сути, блоггерство — это «деятельность, направленная на ведение собственного представительства в сети Интернет» [15, с. 128], а ведение блога — это возможность делиться с другими людьми своими интересами, деятельностью и просто самовыражаться [15, с. 125]. Типичный пример — блог Михаила Нефедова «неМихаил» (<https://nemihail.livejournal.com>).

Не вызывает сомнений, что блогосфера обладает рядом выраженных недостатков, распространяя недостоверную информацию и слухи, манипулируя новостной информацией и т.п. [16, с. 51]. Тем не менее, можно встретить и противоположное мнение, согласно которому высокий профессионализм блогеров не может быть поставлен под сомнение: «современный блогер смело может высказывать свое мнение на многомиллионную аудиторию, при этом он опирается на научные знания, а не берет информацию «с потолка». Блогеры осознают тот факт ответственности за то, что они несут ту или иную информацию в массы. Большинство блогеров подходят к своей работе максимально ответственно» [9, с. 334]. Или: «современные блогеры не боятся высказывать своего мнения, стараются найти истину во всех важных вопросах, опираются на научные знания, поскольку понимают, что несут информацию в широкие массы» [14, с. 23]. Полагаем, что такие оценки не имеют достаточных оснований и ниже мы приведем данные, подтверждающие это.

Наши данные (результаты опроса, проведенного в апреле 2021 года методом телефонного интервью, размер выборки 230 человек, выборка репрезентативна для населения Воронежской области 15+ по полу и возрасту) свидетельствуют о том, что 60,9% респондентов знакомы с понятиями «блогер» и «блог», при этом из них 2/3 (69,3%) могут дать правильное определение этих понятий.

Основное различие между аудиториями СМИ и блогосферы состоит в доминировании различных возрастных когорт: среди молодежи (в соответствии с принятыми в настоящее время стандартами нами отнесены к этой категории люди в возрасте до 35 лет) в 2,1 раза выше доля читающих блоги и просматривающих видео в них. Этим, в значительной мере, объясняется ориентация блогеров именно на молодежную аудиторию в части общей стилистики, языка, выбора тем и т.п.

Нельзя не признать, что блоги стали важной и неотъемлемой частью информационного пространства. Более того, за последние годы сформировался тип блогеров-профессионалов и начала складываться новая профессия — блогер. Сегодня блоггинг — «это вполне профессиональное направление, и, хотя ему еще не обучают (отдельно) в вузах, де-факто это уже специальность» [17]. Более того, среди блогеров стали выделять влогеров. Влогер — это видеоблогер, т.е. пользователь Интернета, который записывает видеоблоги, а затем размещает их на видеохостингах (как правило, на Youtube).

Вывод о том, что блогерство постепенно превращается в вид деятельности, приносящей регулярный доход, подкрепляется мнением пользователей Интернет: среди них (81,3% всех опрошенных) 65,2% уверены, что главная цель авторов блогов — получение заработка. Для сравнения в той же группе опрошенных в два и более раза меньше тех, кто указал другие причины: 34,8% считают, что блоги ведутся для привлечения внимания аудитории к автору блога, 32,6% — из-за стремления блоггера поделиться с аудиториями своим мнением, взглядами и т.п., 27,8% — для самовыражения автора блога. Анализ блогосферы подтверждает релевантность таких оценок. Примерами блогов, где автор хочет привлечь к себе внимание, самовыразиться, рассказать о своем опыте в определенной сфере могут быть: блог Анны Шмаковой о ее замужестве и жизни в Италии (<https://www.instagram.com/p/Bo0rlolCYPv>), блог Анастасии Щавлевой о работе в Испании (https://www.instagram.com/p/Bmz_NWolbUX/), блог Тимура Тажетдинова с разнообразными советами от покупки новогодней елки до открытия своего бизнеса (https://www.youtube.com/channel/UC_O3q0hkZ3pFpWY5a6qfo-w), блог Юлии Красильниковой с публикациями на семейные темы (<https://www.passion.ru/psy/v-ladu-s-soboy/20-let-zhzh-samye-yarkie-zhenshiny-blogery-v-zhivom-zhurnale.htm>) или блог Елены Мироненко о светской жизни (https://lena-miro.ru/?rfrom=miss_tramell). Что касается высокого профессионализма блогеров и их ответственности перед своими аудиториями, о чем шла речь выше, то наши данные не позволяют сделать столь однозначный вывод. Так, среди всех респондентов, являющихся пользователями Сети, только 26,7% считают, что авторы блогов всегда честны (среди молодежной аудитории эта доля выше и достигает 39,2%), 28,9% полагают, что в блогах всегда присутствует достоверная, проверенная информация (41,4% в молодежной группе).

Полагаем, что ответ на вопрос о необходимости взаимодействия журналистики и средств массового общения однозначен: такое взаимодействие необходимо. Как правило, в блогосфере представлена альтернативная информационная повестка, лишь частично совпадающая со СМИ. Кроме того, для блогов характерна выраженная личная авторская оценка фактов и событий. Таким образом, несмотря на отмеченные выше негативные моменты, блогерство как разновидность citizen journalism обладает рядом несомненных достоинств. Преимущества блоггеров состоят в персонализированности, скорости реакции на информационную повестку и, нередко, креативности. Большинство блоггеров являются или стремятся стать трендсеттерами (лидерами мнений). Являясь образцом для подражания, они внедряют в общественное сознание и популяризируют определенные идеи.

Могут быть выделены два вида взаимодействия журналистики и блоггинга: 1) использование журналистами блогов в качестве источников информации; 2) ведение блогов профессиональными журналистами. В первом случае актуален мониторинг блогосферы, прежде всего, с использованием специальных поисковых серверов. При этом для журналиста блогосфера выступает как источник: тем для публикаций, фактического материала, личных оценок и свидетельств. Во втором случае речь идет о журналистских блогах. Примерами могут служить: построенный по принципу интерактивности блог Леонида Парфенова «Parfenon» (1,02 млн подписчиков, <https://www.youtube.com/channel/UCbhMGG0ZievPtK8mzLH5jhQ>), аналитический блог Владимира Соловьева «Vrsoloviev» (757 тыс. подписчиков, <https://www.instagram.com/vrsoloviev>), встроенный в единую систему личного официального сайта (<https://pozneronline.ru>) блог Владимира Познера «Pozneronline» (951 тыс. подписчиков, <https://www.instagram.com/pozneronline>). Заметим, что согласно результатам нашего исследования, 10,9% респондентов считают, что блоги ведут исключительно профессиональные журналисты. Важно, что далеко не каждый блог журналиста может быть отнесен к категории журналистских блогов (например, если автор блога, являясь по профессии журналистом, описывает в блоге исключительно события своей личной жизни, такой блог не может считаться «журналистским»). Среди функций журналистских блогов основными являются: осуществление журналистом постоянной обратной связи со своими аудиториями; взаимодействие с профессиональным журналистским сообществом; профессиональное саморазвитие журналиста; самопрезентация журналистом своих публикаций; апробация тем и публикаций до их выхода в СМИ; изучение мнений и предпочтений аудиторий; продвижение социально значимых проектов.

Считаем принципиальным, что средства массового общения не могут заменить средства массовой информации, но позволяют журналистике обеспечить более тесное взаимодействие с аудиториями и в целом придают ей дополнительный потенциал. За счет чего это происходит? Во-первых, сообщения очевидцев с места событий позволяют СМИ повысить оперативность информирования. Во-вторых, они помогают

профессиональному журналисту обобщить разные точки зрения на событие. В-третьих, расширяют географию освещаемых событий. Таким образом, citizen journalism может рассматриваться как значимый информационный ресурс для СМИ.

Многие СМИ, учитывая опыт CNN, создают ресурсы, где могут публиковать свои материалы «гражданские журналисты» (например, на федеральном уровне — «Мобильный репортер» на телеканале «Россия 24», «Стрингеры НТВ», на региональном — «Народные новости» на сайте онлайн-версии воронежского еженедельника «Мое!»). Однако в этом случае перед редактором встает непростая задача дифференциации поступающего контента.

Описанные тенденции позволяют сделать вывод о том, что в настоящее время журналистика претерпевает существенные трансформации, в том числе под воздействием citizen journalism. Мы солидарны с мнением, что журналистика фактов сегодня не актуальна. На смену ей пришла журналистика мнений и интерпретаций [18, с. 25]. Соответственно меняются и требования к журналисту, как представителю профессии. Считаем, что при разработке профстандартов, а также определения набора компетенций в образовательных стандартах профессия «журналист» должна быть отнесена к разряду динамических, где базисные знания и умения сочетаются с постоянно меняющимися в соответствии с запросами времени практическими навыками. Кроме того, эти стандарты должны учитывать новые реалии и необходимость взаимодействия профессиональных и «гражданских журналистов». Например, в профстандарте 11.003 «Корреспондент средств массовой информации» подробно описаны трудовые функции, действия, умения, знания корреспондентов (репортеров) в мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средствах массовой информации. Тем не менее, для выполнения трудовой функции «получение информации для подготовки материала» не предусмотрен ни мониторинг социальных медиа, ни установление контактов с «журналистами»-любителями.

Что касается «гражданской журналистики», то это явление требует серьезного дополнительного теоретического осмысления. По нашему мнению, необходимо более четкое разграничение понятий civic journalism и citizen journalism, в том числе на уровне терминологии. Учитывая, что citizen journalism представляет собой объединение различных и, подчас, разнородных и не связанных между собой видов деятельности, считаем целесообразным изучение специфики этих видов (например, таким видом является блоггерство) с целью уточнения и дополнения понятийно-категориального аппарата.

1. Игнатьев В.И. Блоггеры и блогосфера. Переформатирование механизма «сборки» социума и информационные ресурсы индивидуализации // Информационный резонанс в социальных структурах. Избранные труды. Новосибирск, 2018. С. 407-445.
2. Корнев М.С. Понимание журналистики: что такое «журналистика» в современной цифровой среде? // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5(360). С. 229-235.
3. Профессии будущего. Исчезнут 57 профессий, а появятся новые 186 [Электр. ресурс]. URL: <https://academyua.com/stati/165-ischeznut-57-professij-a-poyavutsya-novye-186-atlas-novykh-professij> (дата обращения: 05.07.2021).
4. Атлас новых профессий [Электр. ресурс]. URL: <http://atlas100.ru/catalog/media-i-razvlecheniya> (дата обращения: 12.08.2021).
5. Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М.: Престиж, 2006. 104 с.
6. Лозовский Б.Н. Журналистика и средства массовой информации: краткий словарь. Екатеринбург, 2007. 306 с.
7. Иванова Н.А. Перспективы профессиональной журналистики в условиях популяризации гражданской журналистики // Наука и современность. 2010. № 4-1. С. 79-83.
8. Латыпова И.Р. Гражданская журналистика как стимул развития профессиональной журналистики // Медиаинтерактивность-2020. Материалы II Региональной (Поволжской) научно-практической конференции / Науч. ред. А.Н.Гильманова; отв. ред. Р.Л.Зайни. Казань, 2020. С. 245-250.
9. Журавлев М.С., Агеева А.Ю. «Instagram»-зависимость, феномен блоггерства, специфика развития Instagram // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. 2020. № 1. С. 333-335.
10. 10 самых влиятельных российских блоггеров YouTube [Электр. ресурс]. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5edc729d5b3e6b708c6e2ea/10-samyh-vliiatelnyh-rossiiskih-bloggerov-youtube-603671b8084cc345249a139d> (дата обращения: 10.08.2021).
11. Вожжова А.В., Пупкова Ю.В. Лидеры мнений в социальных сетях // Научные труды КубГТУ. 2017. № 6. С. 86-93.
12. Воробьева А.В. Развитие СМИ на платформе Youtube // Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты: Сборник научных статей. Курск, 2018. С. 112-115.
13. Сергеева Ю. Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России [Электр. ресурс]. URL: <https://www.webcanape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy> (дата обращения: 20.07.2021).
14. Сорокина В.О., Чеджемов Г.А. Место блоггинга в современном мире на примере сети «Instagram» // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 4-2. С. 22-24.
15. Алиева С.Н. Блоггеры-мошенники в сети Интернет // Оригинальные исследования. 2021. Т. 11. № 3. С. 125-130.
16. Лазуткина Е.В. Лидеры мнений в информационном пространстве блогосферы Рунета // Вестник Новосибирского государственного университета. 2016. Т. 15. № 6. С. 51-59.
17. Головина М. Профессия блоггер. Университет Синергия [Электр. ресурс]. URL: https://synergy.ru/about/education_articles/speczialnosti/professiya_blogger (дата обращения: 15.08.2021).
18. Возовиков О.И. Журналистика мнений против журналистики фактов // Журналистика — вызовы времени. Сборник научных статей кафедры журналистики и медиакоммуникаций / Под ред. Т.Н.Владимировой, В.А.Славиной, Н.В.Кодола. М., 2018. С. 23-26.

References

1. Ignat'ev V.I. Bloggery i blogosfera. Pereformatirovanie mekhanizma "sborki" sotsiuma i informatsionnye resursy individualizatsii [Reformatting the mechanism of "assembling" society and information resources of individualization]. Informatsionnyy rezonans v sotsial'nykh strukturakh. Izbrannye trudy. Novosibirsk, 2018, pp. 407-445.

2. Kornev M.S. Ponimanie zhurnalistiki: chto takoe "zhurnalistika" v sovremennoy tsifrovoy srede? [Understanding journalism: what is 'journalism' in modern digital environment?]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 2015, no. 5(360), pp. 229-235.
3. Professii budushchego. Ischeznut 57 professiy, a poyavyatsya novye 186 [Jobs of the future. 57 professions will disappear, and 186 new professions]. Available at: <https://academyua.com/stati/165-ischeznut-57-professij-a-poyavyatsya-novye-186-atlas-novykh-professij> (accessed: 05.07.2021).
4. Atlas novykh professiy [Atlas of new professions]. Available at: <http://atlas100.ru/catalog/media-i-razvlecheniya> (accessed: 12.08.2021).
5. Dzyaloshinskiy I.M. Zhurnalistika souchastiya. Kak sdelat' SMI poleznymi lyudyam [Journalism of involvement. How mass media can be useful for people?]. Moscow, 2006. 104 p.
6. Lozovskiy B.N. Zhurnalistika i sredstva massovoy informatsii: kratkiy slovar' [Journalism and Mass Media: A Brief Dictionary]. Ekaterinburg, 2007. 306 p.
7. Ivanova N.A. Perspektivy professional'noy zhurnalistiki v usloviyakh populyarizatsii grazhdanskoy zhurnalistiki [Prospects of professional journalism in the context of civic journalism popularization]. Nauka i sovremennost', 2010, no. 4-1, pp. 79-83.
8. Latypova I.R. Grazhdanskaya zhurnalistika kak stimul razvitiya professional'noy zhurnalistiki [Civil journalism as an incentive for the development of professional journalism]. Gil'manova A.N., Zayni R.L., eds. Proc. of "Mediatolerantnost'-2020". Kazan', 2020, pp. 245-250.
9. Zhuravlev M.S., Ageeva A.Yu. "Instagram"-zavisimost', fenomen bloggerstva, spetsifika razvitiya Instagram [Instagram addiction, the phenomenon of blogging, the specifics of Instagram development]. Vestnik Tul'skogo filiala Finuniversiteta, 2020, no. 1, pp. 333-335.
10. 10 samykh vliyatel'nykh rossiyskikh blogerov YouTube [Top 10 most influential Russian YouTube bloggers]. Available at: <https://zen.yandex.ru/media/id/5edc729d5b3e6b708cce62ea/10-samyh-vliyatelnyh-rossiyskikh-blogerov-youtube-603671b8084cc345249a139d> (accessed: 10.08.2021).
11. Vozzhova A.V., Pupkova Yu.V. Lidery mneniy v sotsial'nykh setyakh [Opinion leaders in social networks]. Nauchnye trudy KubGTU, 2017, no. 6, pp. 86-93.
12. Vorob'eva A.V. Razvitie SMI na platforme Youtube [Mass Media on YouTube platform]. Coll. of papers "Strategiya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya obshchestva: upravlencheskie, pravovye, khozyaystvennye aspekty". Kursk, 2018, pp. 112-115.
13. Sergeeva Yu. Vsyaz statistika interneta na 2020 god — tsifry i trendy v mire i v Rossii [2020 Internet statistics]. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy> (accessed: 20.07.2021).
14. Sorokina V.O., Chedzhemov G.A. Mesto blogginga v sovremennoy mire na primere seti "Instagram" [Blogging on Instagram]. Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk, 2019, no. 4-2, pp. 22-24.
15. Alieva S.N. Bloggery-moshenniki v seti Internet [Bloggers-fraudsters on the Internet]. Original'nye issledovaniya, 2021, vol. 11, no. 3, pp. 125-130.
16. Lazutkina E.V. Lidery mneniy v informatsionnom prostranstve blogosfery Runeta [Opinion leaders in the Runet blogosphere]. Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta, 2016, vol. 15, no. 6, pp. 51-59.
17. Golovina M. Professiya blogger. Universitet Sinergiia [Profession: a blogger. Synergy University]. Available at: https://synergy.ru/about/education_articles/speczialnosti/professiia_blogger (accessed: 15.08.2021).
18. Vozovikov O.I. Zhurnalistika mneniy protiv zhurnalistiki faktov [Journalism of opinions vs. journalism of facts]. Vladimirova T.N., Slavina V.A., Kodol N.V., eds. Coll. of papers "Zhurnalistika — vyzovy vremeni". Moscow, 2018, pp. 23-26.

Maslov A.S. Professional journalism, citizen journalism and blogging: differentiation of concepts. In modern conditions, journalism is undergoing serious changes in terms of mission, functions, techniques, and tools. This leads to the need for a theoretical understanding of the ongoing processes and clarification of the categorical apparatus. The article analyzes the mutual influence of professional and citizen journalism (both civic journalism and citizen journalism) and refutes the opinion that citizen journalism can lead to the loss of demand for professional journalism. The necessity of terminological clarification of the concept of "citizen journalism" is proved. The blogosphere is considered as a type of citizen journalism. The points of contact in the activities of professional journalists and bloggers are described. The conclusion is made about the relevance of the transition from the journalism of facts to the journalism of opinions and the expediency of making appropriate changes to the professional standards for journalists and educational standards in the field of training such specialists is justified. The urgent need to distinguish between the concepts of civic journalism and citizen journalism, which are currently united by one Russian-language term "citizen journalism", is argued.

Keywords: mass media, journalism, Internet, blog, blogger, blogosphere.

Сведения об авторе. Алексей Сергеевич Маслов — кандидат филологических наук (специальность 10.01.10 — журналистика); Воронежский государственный университет, факультет журналистики, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна; ORCID: 0000-0002-2702-1130; a-s-maslov@yandex.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 16.08.2021. Принята к публикации 01.09.2021.

Ссылка на эту статью: Маслов А.С. Профессиональная журналистика, гражданская журналистика и блогерство: к вопросу о разграничении понятий // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2021. № 5(38). С. 486-491. DOI: 10.34680/2411-7951.2021.5(38).486-491

For citation: Maslov A.S. Professional journalism, citizen journalism and blogging: differentiation of concepts. Memoirs of NovSU, 2021, no. 5(38), pp. 486-491. DOI: 10.34680/2411-7951.2021.5(38).486-491