

Секция «Журналистика»

Возможность позиционирования блогов в качестве средств массовой информации

Косточкина Элеонора Борисовна

Студент

*Алтайский государственный университет, Факультет журналистики, Барнаул,
Россия*

E-mail: ellleonora@gmail.com

Авторы веб-блогов претендуют на новый подход к структурированию и управлению информационно-смысловыми потоками. Это позволяет ожидать качественных системных изменений в структуре, в культуре и философии средств массовой информации.

Блог – сетевой журнал. По форме – страница с короткими записями следующего формата: ссылка на место в сети и небольшой, часто подчеркнуто субъективный комментарий.

Веблог – это информационно наполненный дневник. «Авторы веблогов (блоггеры), как правило, пишут о том, что с ними происходит, высказывают свои мнения по поводу тех или иных политических и культурных событий, а также комментируют публикации в интернете, связывая комментарии гиперссылками с источником» [1].

«Блогосфера стремительно набирает вес, в том числе и как источник информации для традиционных СМИ, которые всё чаще ссылаются на блоги. Однако ни для кого не секрет, что блогеры далеко не всегда утруждают себя проверкой публикуемой ими информации, а иногда намеренно искажают её и даже полностью фальсифицируют. Именно поэтому некоторые общественные деятели ратуют за то, чтобы 51-я статья закона о СМИ распространялась и на блоги» [4]. Поскольку обязать блогеров, ведущих свой личный дневник, соблюдать закон о СМИ невозможно, ставится вопрос о том, не стоит ли ввести обязательную регистрацию блогов как средств массовой информации (тех, чья аудитория весьма значительная).

У блогов есть некоторые преимущества, которых на данный момент нет у СМИ, даже у сетевых.

Отмечаются следующие очевидные преимущества гражданской журналистики:

- многочисленность «корреспондентов», поэтому большинство пользователей выбирают блоги, как возможность получить разностороннюю информацию, исходящую непосредственно от очевидцев;

- независимость и объективность – информация из первых рук, полученная от непосредственных очевидцев событий, отсутствие редакции, отсутствие географических и временных границ, многомерность информационной картины;

- бесплатность контента для читателей.

Говорится также и о бесплатности для «издателей», имея в виду, что они несут расходы только по предоставлению пользователям сервисной платформы, однако это касается только блог-сервисов.

Из перечисленных преимуществ особенно выделяется главное отличие блогов от большинства традиционных печатных и некоторых электронных СМИ – это их бесплатность для потребителя информации. Уже сейчас можно уверенно сделать прогноз,

что продукция журналистики будущего будет абсолютно бесплатной для её потребителя. При этом выживать издания будут исключительно за счёт предоставления места под рекламу.

Вопрос измерения эффективности использования блогов в качестве полноценных заменителей СМИ довольно сложный. Хотя некоторые блоги постепенно уже и берут на себя многие функции СМИ, однако в целом продуктивность блогосферы как качественной информационной среды в настоящее время вызывает большие сомнения. Кроме того, довольно сложно измерить как степень доверия к информации, предоставляемой в блогосфере, так и степень эффективности подачи информации в блогах.

Результативность информации, опубликованной в блогах, оценивать довольно сложно по многим причинам, и главная из них – далеко не всегда можно узнать реальную величину аудитории блога. Многие блоги не имеют практически никаких инструментов мониторинга своей аудитории.

Ведение блога в качестве СМИ имеет много преимуществ по сравнению с организацией оффлайновой работы редакции. Редактор общается с журналистами через Интернет, и также, по электронной почте, корреспонденты высылают редактору уже готовые материалы. Впрочем, перечисленные преимущества в равной степени относятся к любым сетевым изданиям, не обязательно являющимся блогами.

Большой плюс ведения блогаСМИ и в том, что к участию в них гораздо легче и удобнее привлекать не только сторонних авторов, но и самих читателей, которые охотно делятся с автором (авторами) блога своей информацией, ссылаются на источники интересных новостей, пишут гостевые посты и активно комментируют прочитанное.

Поскольку гражданская журналистика не обладает той степенью достоверности и объективности, которая присуща современной качественной прессе, вероятно, что большей популярностью и доверием аудитории будут пользоваться сайты, привлекающие к своей работе экспертов на постоянной основе. То есть, в идеале, у каждого крупного сетевого издания должен быть свой круг экспертов в данной сфере, которые будут комментировать то или иное значимое событие, факт, явление. И именно потому, что этими экспертами будут люди, являющиеся специалистами в своих областях, степень доверия к такой информации будет гораздо выше, чем к той же информации, изложенной профессиональным журналистом, не являющимся специалистом в данной области.

Сможет ли блогосфера заменить развитую современную систему СМИ — покажет время. Сейчас актуально задаваться не столько прогнозами, сколько анализом складывающейся ситуации. То, что блоги взаимодействуют с традиционными СМИ и уже сегодня заметно влияют на информационную картину мира — бесспорно. И именно поэтому особенности функционирования блогов как информационной и коммуникативной среды необходимо изучать уже сейчас — для более эффективной работы пока ещё существующих традиционных СМИ, а может быть, и для того, чтобы продлить жизнь традиционным, всё ещё привычным довольно большому проценту населения газетам и журналам [4].

В ближайшие несколько лет одной из главных проблем в исследовании журналистики станет изучение взаимодействия традиционных СМИ с новыми медиа: блогами, микроблогами (Twitter и его аналогами), а также наиболее перспективных социальными сетями, такими как Facebook и др., всё больше обретающими черты традиционной журналистики, заимствующими и развивающими в собственном русле её приёмы и по-

степенно вытесняющими классическую журналистику с информационного рынка.

Литература

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М., 2005.
2. Лукина М. М., Фомичева И. Д. СМИ в пространстве Интернета. – Серия «Интернет-журналистика», выпуск 1. М., 2005.
3. Панюшева М.М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2010. 4. С. 106-122.
4. Панюшева М.М. Блоги, микроблоги и социальные сети: интернет-коммуникации нового десятилетия // Меди@льманах. 2011. 2. С. 6-12.
5. Пипенко М.А. Русскоязычная блогосфера как особое пространство выражения гражданской позиции// Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. Т. 3. 2010. 4.
6. Попов А.А. Блоги. Новая сфера влияния. М., 2008.
7. Тимофеева Г. Блоги: журналистика будущего? <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgwww.woa/wa/Main?textid=2811&level1=main&level2=articles>
8. Экгардт Л.В. Блоггерство: гражданская журналистика или слухи? // Вестн. Воронеж. ун-та Сер.: Филология. Журналистика. 2010. 2. С. 220-223.