

УДК.8.80.808

## БЛОГИ И СМИ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

Муха А.В.<sup>1</sup>, Кихтан В.В. (рук.)

<sup>1</sup>ФГБОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет», Ростов-на-Дону, Россия (344002 ул.Б. Садовая 69), e-mail: [ekstazi15@mail.ru](mailto:ekstazi15@mail.ru)

---

В статье рассказывается о том, могут ли блоги считаться профессиональной журналистикой и можно ли блогера назвать профессиональным журналистом. Рассматриваются определения «блог», их функции, цели, задачи. А также анализируется такой вопрос, как: могут ли блоги составить конкуренцию традиционным СМИ.

В статье рассматриваются основные функции работы журналиста в интернете, его права, обязанности, а также профессиональный долг перед обществом. Приводятся отличия журналистов от блогеров.

Ставится проблема отличия блогеров от журналистов-блогеров, работающих в сети. Рассматривается проблема законодательного регулирования журналистской деятельности, праваи обязанности журналистов в соответствии с Законом РФ о СМИ.

---

Ключевые слова: блог, блогосфера, блогер, веблог, журналист-блогер, блогер-тысячник.

## BLOGS AND MEDIA: SIMILARITIES AND DIFFERENCES

Myha AV<sup>1</sup>, Kihtan VV (leader)

<sup>1</sup>FGBOU VPO "Rostov State Economic University", Rostov-on-Don, Russia (344002, Garden ul.B. 69), e-mail: [ekstazi15@mail.ru](mailto:ekstazi15@mail.ru)

---

The article tells about whether blogs considered professional journalism and whether bloggers call a professional journalist. We consider the definition of " blog " , their functions , goals, objectives . And also examines such questions as: whether blogs compete with traditional media. The article deals with the basic functions of a journalist in the Internet , its rights, duties , and professional duty to society. Differences are journalists from bloggers. Raises the problem of differences bloggers bloggers journalists working in the network. The problem of legislative regulation of journalism , journalists pravai duties in accordance with the Law on Mass Media .

---

Keywords : blogging, blogosphere , blogger , weblog , journalist - blogger blogger -thousanders .

В настоящее время наблюдается повышение интереса к процессам сетевой коммуникации в интернете. Интернет предоставил человеку новые возможности в сфере межкультурной коммуникации и стал новым средством общемирового вещания. Открылись, новые возможности, которые охватывают весь земной шар. В медиaprостранстве постоянно появляются все новые и новые электронные технологии, центральное место среди которых занимает Интернет.

Интернет становится универсальным средством хранения, получения и распространения информации. Сетевое пространство породило такую важную форму медиа, как блоги, которые очень трудно отличить от традиционных СМИ.

В научном сообществе существует множество определений понятия «блог». Блог – это сетевой журнал с короткими записями: ссылка на место в сети, содержащая

субъективный комментарий. В блоге контент постоянно обновляется и пополняется. Записи, размещаемые в блогах, содержат небольшой текст с фотографией или мультимедиа. Блоги обычно публичны и предполагают полемику с автором. Людей, ведущих блог, называют блогерами, а совокупность всех блогов в Сети принято называть блогосферой. Главная особенность блога заключается в том, что создавать и размещать тексты в них может любой желающий, имеющий выход в интернет. Ведь для этого не нужно иметь какого-либо определенного образования. У многих блогов есть свой круг читателей. Веблог – это информационно наполненный дневник, одна из форм авторского проекта. Авторы веблогов пишут о том, что с ними происходит, высказывают свое мнение по поводу тех или иных политических, культурных, экономических событий.

Однако, другие исследователи по-другому определяют понятие «блог»: специальное ПО, делающее возможным доступ к «неквалифицированной» информации.

Как видно из определений, «блоги» - это, прежде всего, интернет-сайт, который выступает в качестве персональной странице в интернете, где каждый может проявить себя как журналист и вступить в дискуссию на интересующую тему.

В целом же блогам свойственно высказывание личного мнения, наличие одного автора, возможность комментирования.

По одной из версий, блоги придут на смену СМИ примерно к 2020 году. Согласно данным онлайн-опроса MАСMI Russia (январь 2010 года), уже сегодня для 18,5% опрошенных блоги являются источником информации и новостей о политической, экономической, общественной и культурной сферах. Также согласно этому опросу, информационная функция блогов стоит на втором месте после чтения рассказов о судьбах интересных респондентам людей.

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. Поскольку обязать блогеров, ведущих свой личный дневник, соблюдать закон о СМИ невозможно, это и порождает мысли о том, а не стоит ли ввести обязательную регистрацию блогов как средств массовой информации (во всяком случае тех, чья аудитория весьма значительная). При этом выдвигаются довольно абсурдные причины необходимости такой регистрации, вроде тех, что требования к информации, публикуемой в СМИ, гораздо более жёсткие, чем к личным (хотя бы и публичным) высказываниям физического лица, не являющегося средством массовой информации.

А. Носик выделяет и другие существенные признаки блогов, например, такие как организация периодичности, интерактивность, в целом: «Последняя запись является самой верхней и есть возможность интеракции, то есть возможность оставления комментариев».

Под периодичность в данном примере можно понимать регулярное обновление и пополнение информацией.

В блоге можно встретить как личное мнение автора, так и событийную заметку, выражающую гражданскую позицию автора, его отношение к данной проблеме. Самые активные блогеры, имеющие более тысячи читателей принято называть «блогерами-тысячниками». Блоги этих авторов наиболее похожи на СМИ, так как они не только распространяют информацию, но и имеют определённую аудиторию.

Но самый спорный вопрос – это блоги на блог-сервисах. Ведь эти блоги, по сути, не принадлежат их авторам. Владельцем блога на сервисной платформе является владелец самого блог-сервиса. Зарегистрировать такие блоги как СМИ просто нереально.

Блоги от СМИ можно отличить по поставленной цели. СМИ, как правило, делают акцент на привлечение наибольшего количества читателей, для которых публикуют свежие новости. А у блогера нет определенной цели, чаще всего он просто высказывает свое мнение по поводу того или иного вопроса, не редко понятного только ему самому. Однако некоторые блогеры уделяют особое внимание наиболее важным вопросам общества. Блогу свойственна эксклюзивность, так часто автор публикует оперативную информацию, полученную из первых рук.

На данном этапе наблюдается некая конкурентная борьба между интернет-СМИ и блогами, хотя те другие занимают разные ниши в электронном пространстве. Но нередко их пути пересекаются. Также медиа иногда используют блоги в качестве источников информации. Встречаются случаи, когда пользователи первыми рассказывают о событиях в своих дневниках. «Блоги сегодня становятся альтернативой традиционным СМИ, зачастую сообщая информацию, которую трудно найти у обычных журналистов».

Не смотря на то, что блоги несут в себе некоторые признаки СМИ, причислить их к традиционным СМИ сложно. Во-первых, это связано с любительским характером дневников. Во-вторых, характер языка, потому что блогеры часто используют сетевые неологизмы. Также язык блогеров богат жаргонизмами, которые недопустимы в традиционных СМИ. В-третьих, блог всегда ведется на усмотрение автора. В-четвертых, блог не подчиняется законодательству, его автор не имеет никаких прав и обязанностей. Именно этот вопрос является наиболее важным, так как онлайн-пространства должны регулироваться регламентироваться.

С точки зрения права, блог – это сайт в сети интернет, которому присущи некоторые свойства СМИ, но однако блоги нельзя назвать СМИ. История имеет попытки закрепления за блогами статуса СМИ. Данная мера в некотором роде призвана урегулировать отношения в интернет пространстве, но не все нормы Закона РФ о СМИ могут быть применимы в пространстве интернета. Если же приравнивать блоги к СМИ, то в журналистской сфере появятся люди, не имеющие отношения к данной профессии. А это уже нанесет непоправимый ущерб журналистскому творчеству.

Блоги обладают признаками периодичности, имеют аудиторию и распространяют массовую информацию. Но различия между блогами и СМИ кроются, прежде всего, в самоидентификации. СМИ – это социальные институты, которые информируют, развлекают, просвещают, чего нельзя сказать о блогах. Еще СМИ несут социальную миссию перед обществом, а любой блог создается и развивается в интересах автора.

Очевидно, что пространство в интернете совершенно по-новому интерпретирует фигуру журналиста, требования к нему, ведь посредством блога публиковать информацию может любой желающий, не имеющий определенных навыков. И тогда возникает необходимость определить, кого же можно назвать журналистом в интернете с соответствующим ему правовым статусом, знаниями в сфере журналистики. Разница между блогером и журналистом заключается в том, что журналист наделен определенными обязанностями перед обществом, перед социальным институтом, в котором осуществляет свою деятельность. Также журналисту в отличие блогера присущи некоторые права на законодательном уровне.

Первоочередными обязанностями журналиста являются информирование и просвещение аудитории, так как эти функции важны для общества и государства.

По мнению Д.С. Аврамова, долг – это фундаментальное понятие в профессиональной морали, которое регулирует ответственность перед обществом. Следовательно, профессия журналиста является социальной профессией. Безусловно, журналист ответственен перед обществом, но самый важный для него судья – читатель.

Подчас, привлечь к ответственности не сотрудника СМИ, а зарегистрированного пользователя в интернете, невозможно. А порой происходит так, что блогеры в своих дневниках разжигают межнациональные конфликты, призывают к экстремизму. И здесь нужно понимать колоссальное отличие журналиста от блогера. Так как рядовой пользователь интернета свободен в своих действиях, он не несет ответственности перед обществом, он не связан с каким-либо средством массовой информации. Его ответственность за публичные призывы ограничивается общим законодательством РФ, а деятельность журналистов регулирует Закон РФ о СМИ.

В истории блогосферы, правда, уже не российской, имеется ещё один своеобразный пример воплощения идеи регистрации блогов как СМИ. В Казахстане, где был принят закон об автоматическом признании всех блогов СМИ, блогеры восприняли это как ущемление свободы слова. Дело в том, что в итоге было заблокировано немало оппозиционных блогов. Решение казахстанских властей блогеры обошли просто: перенесли свои блоги на иностранные серверы. Пример Казахстана показал, что, даже если подобные законы и принимаются, то слишком сложно внедрить их в жизнь и проконтролировать соблюдение.

Журналисту важно знать и понимать те процессы, которые происходят в обществе, для того чтобы потом донести их до читателей. Блоги не выполняют этой функции, они предоставляют однобокую точку зрения, свой субъективный взгляд на вещи, не анализируя точки зрения других.

Впрочем, идея регистрировать блоги в качестве СМИ с целью приучить блогеров к большей ответственности, сама по себе не имеет ни одного веского аргумента. Наиболее часто причиной необходимости такой регистрации называется то, что люди в блогах пишут, что хотят, при этом нередко дезинформируют, клеветают и т. п. Нередки случаи появления в Сети экстремистских блогов, разжигающих национальную и прочую вражду. Но для того, чтобы осадить непорядочных блогеров, достаточно ужесточить контроль за выполнением Федерального закона № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», в котором чётко говорится, что запрещено распространение информации, направленной на пропаганду войны, разжигание национальной, расовой или религиозной ненависти и вражды, а также иной информации, за распространение которой предусмотрена уголовная или административная ответственность. Всё это в равной степени касается как обычных граждан, так и блогеров. И тут уже неважно, является ли лицо, преступившее закон, физическим и юридическим.

Таким образом, отличие между журналистами и блогерами состоит, прежде всего, в разной степени их ответственности перед государством и обществом. Но иногда читатель не видит этого отличия, думая что в блогах всегда пишут журналисты. Поэтому в интернет-пространстве следует отличать журналистов-блогеров и блогеров. Журналист-блогер – это, безусловно, журналист, который помимо выполнения своих профессиональных обязанностей ведет блог в сети. Случается и так, что деятельность журналиста напрямую связана с ведением блога. В этом случае блог обязательно должен быть частью какого-то СМИ. Следовательно, блогер не может называть себя журналистом, а журналист-блогер – это журналист, который размещает в сети в неограниченном доступе информацию личного содержания.

Случается так, что на сайте СМИ ведут свои блоги не только журналисты, но и политики, писатели, бизнесмены, которые не обладают журналистским статусом, но имеют договоренность с редакцией на ведение блога. Но журналистами-блогерами их назвать нельзя.

Но главное — у блогов есть некоторые преимущества, которых на данный момент нет у СМИ, даже у сетевых.

Артур Вельф отмечает следующие очевидные преимущества гражданской журналистики:

1. **многочисленность «корреспондентов»** — как вполне справедливо отмечает Вельф, «такую корреспондентскую сеть не может позволить себе содержать ни одно издание», поэтому большинство пользователей выбирают блоги, как возможность получить разностороннюю информацию, исходящую непосредственно от очевидцев, таким образом «составляя себе интегральную картину происходящего из многих точек зрения»;
2. **независимость и объективность** (впрочем, насчёт объективности блогосферы можно и поспорить) – информация из первых рук, полученная от непосредственных очевидцев событий, отсутствие редактуры (тоже не всегда благо), отсутствие географических и временных границ (в блоги люди пишут откуда угодно и когда угодно), многомерность информационной картины;
3. **бесплатность контента для читателей** (это – главное преимущество большинства электронных ресурсов, в том числе и блогов).

Из перечисленных преимуществ особо хочется выделить 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.

При нынешних технологиях и тенденциях, скорее всего, наиболее популярными будут сайты с ненавязчивой, дружелюбной рекламой: потребители основной информации, чтобы увидеть рекламу, должны будут либо зайти на специальные страницы, отдельно выделенные под рекламу, либо реклама будет контекстной и довольно органичной (гиперссылки в самом тексте статьи, касающиеся тематики публикации). В последнем случае реклама всегда будет тематической, довольно жёстко привязанной к тематике конкретных статей.

Также будет довольно популярна «скрытая» реклама, недоступная глазам пользователя (типа нынешнего Sape, на интернет-сленге называемого «Сапой»), которая используется только для повышения ссылочной массы сайтов рекламодателей.

Исследования блогов и социальных сетей с точки зрения на них, как на вполне достойных и перспективных конкурентов СМИ только начинаются. Чтобы выяснить действительный потенциал блогосферы как источника социально значимой информации и удобного средства коммуникации, необходим постоянный мониторинг блогосферы в динамике, с фиксацией существенных изменений, отражающих процесс эволюции блогов.

Деятельность журналиста складывается из таких ключевых факторов как ответственность перед обществом, соблюдение законодательства. Именно эти факторы и отличают журналиста интернет-СМИ от блогера.

Значит, блогосфера с каждым годом приобретает все новую и новую популярность, выполняя частично некоторые функции СМИ, но назвать блогосферу журналистикой в профессиональном смысле нельзя. Различия между блогом и СМИ кроются в их целях и задачах. Блоги ведутся по желанию самих авторов, а средства массовой информации направлены на информирование общества. Также блоги не регулируются законом, но возможно в скором времени такая необходимость возникнет. Также масс-медиа являются гражданским институтом общества, чего нельзя сказать о блогах.

#### Список литературы:

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1999. С.39
2. Андрей Мирошниченко. Когда же умрут газеты – II. Осталось 20 лет // Slon.Ru. 2010. 1 апр. / <http://slon.ru/blogs/miroshnichenko/post/345180>.
3. Артур Вельф. Удовлетворение социального влечения // Деньги. 2008. № 40 (697). 13 окт. <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1038254>
4. Блоги заменят СМИ? <http://russia.blog.nimbuzz.com/2010/04/23/blogi-zame...>
5. Владимир Слуцкер. Правовое регулирование СМИ в интернете // Lenta.Ru. 2010. 12 нояб. / <http://lenta.ru/conf/smi>
6. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. С.25
7. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. М., 2005
8. Носик А. Блоги совершили революцию в интернете, но СМИ они не заменят//ИА Regnum, 22.09.2005//<http://www.regnum.ru/news/516872.htm>
9. Смирнов Д. Что такое блог //[http://spectator.ru/internet/content/blog\\_is](http://spectator.ru/internet/content/blog_is)
10. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Блог>