

## **ЖУРНАЛИСТСКИЙ БЛОГГИНГ КАК НОВАЯ ФОРМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОПЫТ СРАВНЕНИЯ С «ТРАДИЦИОННОЙ» ЖУРНАЛИСТИКОЙ**

**Попов Антон Александрович,  
Кожемякин Евгений Александрович  
Национальный исследовательский  
университет «БелГУ»**

*В статье предпринимается попытка сопоставления «традиционной» журналистики и её новых форм, в частности, блогжурналистики. Авторы показывают, что по функциональным, субъектным, информационно-коммуникативным и текстовым параметрам блог-коммуникация профессиональных журналистов вполне может быть расценена как специфичная разновидность журналистской деятельности. Существенным отличием «новых» журналистских медиа является недискретный характер их дискурсивной практики.*

*Ключевые слова: блогжурналистика, «новые медиа», медиадискурс, дискурсивная практика журналистов.*

The article offers the results of comparison of “traditional” journalism and its new forms such as blogjournalism. The authors show that the functional, subject, informational, communicational and textual parameters of blog-communication of professional journalists make it possible to be claimed as a specific type of journalistic activity. The key specific feature of “new” journalist media is the non-discrete nature of their discursive practice.

*Keywords: blogjournalism, “new media”, mediadiscourse, discursive practice of journalists.*

С момента своего появления в начале XXI века феномен блогосферы активно исследуется социологами, маркетологами, философами. Популярность этого феномена обусловлена новыми техническими, коммуникативными и социальными характеристиками блогов, создавших почву для зарождения явления «массовой индивидуальной коммуникации» как особой формы общения (Короченский, 2006). Журналистский блоггинг до сих пор не получил институционального признания в качестве журналистского инструмента, однако выступает в качестве альтернативного средства профессионального предоставления информации. К настоящему времени исследователи пришли к выводу, что «новые» и «профессиональные» медиа компенсируют недостатки и дополняют друг друга, что привело к своеобразной конвергенции (см., например, Рублев, 2005). Данная конвергенция получила на-

звание блогжурналистика. В данной статье мы предпринимаем попытку сопоставления ключевых признаков блогжурналистики с «традиционными» журналистскими стандартами, нормами и принципами.

Для подробного изучения понятия блогжурналистики следует рассмотреть непосредственный процесс конвергенция «традиционной» журналистики и блоггинга.

В теории отечественной журналистики можно обнаружить несколько точек зрения относительно определения и функций «традиционной» журналистики, однако выделим определение Корконосенко Е.Г., который отмечает, что «журналистика – это общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации» (Корконосенко, 2004). В соответствии с этим определением, журналистский блог, безусловно, выполняет эту главную журналистскую функцию.

Деятельность масс-медиа предполагает отчетливое осознание всех возможностей журналистики как социального объекта, как сферы деятельности и как сферы творчества. Поэтому необходимо подробно рассмотреть функции журналистики. Функциями (от лат. *functio* – обязанность, назначение, роль) в журналистике принято называть совокупность ее обязанностей и выполняемых задач. Рассмотрим систему функций «традиционной» журналистики, выделенную Е.П. Прохоровым, и сопоставим их с функциональностью «новых медиа»:

1. *Коммуникативная функция.* Функция общения, налаживания контакта, которую Е.П. Прохоров называет исходной функцией журналистики. Блоги по своей природе содержат в себе возможность коммуникации, которая происходит технически благодаря возможности комментирования записей дневника. Идет взаимодействие не только с автором, но и с другими читателями – потребителями информации. Любой блог предполагает полемику читателя с автором на равных. Таким образом, коллективное обсуждение в журналистском блоге приводит к более тщательному всестороннему анализу поставленной журналистом проблемы.

2. *Непосредственно-организаторская функция,* подразумевает собой проведение журналистских мероприятий с привлечением массовой аудитории. Она нужна для выдвижения суждений и оценок относительно характера и уровня выполнения обязанностей социальных институтов. При помощи блога блогжурналисты проводят независимые опросы, сборы подписей, акции, флэшмобы. При этом собрать массовую аудиторию для мероприятия в блогосфере можно за более короткий промежуток времени, нежели по каналам «старых» медиа.

3. *Идеологическая (социально-ориентирующая) 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. Блог социально-ориентированного журналиста транслирует наиболее важную для общества информацию.

4. *Культурно-образовательная функция.* Будучи одним из институтов культуры общества, масс-медиа участвуют в пропаганде и распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, воспитывать людей на образцах общемировой культуры, тем самым, способствуя всестороннему развитию человека. В данном случае «новые медиа» полностью выполняют культурно-образовательную функцию, во многом благодаря зарождению явления Web 2.0, характеризующимся социализацией Интернет-пользователей, «воспроизводством» социальных связей и отношений в интернет-среде в виде «социальных сетей». «Новые медиа» выстраиваются сегодня не столько на платформе «игровых принципов», сколько на базе привычных социальных принципов, определяющих человеческие отношения в среде «офф-лайн».

5. *Рекламно-справочная функция.* Масс-медиа информируют, консультируют потребителя по тем или иным вопросам с целью сбыта товара. В данном случае блог является эффективной рекламной площадкой, как в виде рекламных статей, так и в виде баннерной (контекстной) рекламы.

6. *Рекреативная функция журналистики* заключается в создании условий для отдыха, интересного проведения досуга, приятного заполнения свободного времени потребителя. Также функция способствует развитию интеллекта и мыслительной деятельности. В журналистских блогах очень часто встречается такое содержание и такая форма подачи информации, которые вызвали бы у читателя своего рода удовольствие от работы с текстом. «Традиционная» журналистика ориентирована на достижение стандартов объективности, просвещения, оперативного монологичного оповещения, в то время как блог-журналистика предполагает также следование нормам коммуникативного взаимодействия и принципу «удовольствия от текста» (Кожемякин, Попов, 2010).

Таким образом, блогжурналистика не только выполняет все журналистские функции, но и дополняет их своими уникальными коммуникативными и техническими особенностями.

Однако информационную функцию выполняют и дневники «гражданских журналистов» или не имеющих отношения к журналистике граждан, которые, в отличие от блогов профессиональных журналистов, зачастую могут не соблюдать основные профессиональные журналистские принципы достоверности, социальной ответственности,

уважения общественных интересов и ценностей, лояльности, независимости и т.д.

Еще одним качественным отличием «гражданских» и журналистских блогов является также и то, что в гражданских дневниках может иметь место языковое несоответствие нормам масс-медиа (стили, жанры, лексика), что в известной степени является даже своеобразным признаком «приближенности к читателю», а также, на наш взгляд, атрибутом принадлежности к неофициальной, «альтернативной» коммуникационной системе, демонстрирующим иронию и скепсис по отношению к «официальным» масс-медиа.

Итак, уточним, что блогжурналистику в Интернете представляют дневники профессиональных журналистов (блогжурналисты) и официальных СМИ (зачастую называемые «конвергентными»).

Участие «традиционных» СМИ в блогосфере главным образом обусловлено обязательством представлять «профессиональные» медиа в публичной интернет-дискуссии. Помимо этого, Интернет-дневники позволяют повысить уровень доверия аудитории к СМИ за счет того, что вовлекают читателя не только в обсуждение материала, но и в совместный с автором процесс уточнения информации, дополнения ее неизвестными или неверно трактуемыми журналистом фактами, коррекции авторской оценки.

Что касается профессиональных журналистов, они находят в блогосфере площадку для опубликования текстов, не попавших в прессу, неотредактированных материалов, а также для апробации основных идей планируемого материала. В этом смысле блоги для профессиональных журналистов предоставляют возможность как более открытого обсуждения ключевых идей их материалов, так и проблемного исследовательского поиска.

Сравним «старые» и «новые» медиа по двум аспектам: информационно-коммуникативному и текстовому.

На *информационно-коммуникативном* уровне блогжурналист имеет возможность представлять объективную информацию без оглядки на политику редакции и формат СМИ, выражать собственное мнение, корректировать или разъяснять его в ходе дискуссии с читателем, уточнять информацию у читателей (что указывает на приоритет субъект-субъектных отношений с аудиторией в отличие от преимущественно субъект-объектных отношений в контексте «традиционных» медиа), непосредственно ориентироваться на запросы и потребности читателей, корректировать возможные и актуальные интерпретации его материала.

На *текстовом* уровне блогжурналист работает с теми же жанрами журналистского текста, что и традиционный журналист – заметки, репортажи, статьи, обзоры, рецензии и т.д. Однако, на наш взгляд,

блог-тексты отличаются от традиционных журналистских не столько жанровыми признаками, сколько открытостью, гипер- и интертекстуальностью, смысловой мобильностью (возможностью реинтерпретации его основного содержания), нелинейностью.

Блогожурналист не только «вещает», транслирует информацию аудитории, но и увлекает последнюю, «заигрывает» с читателем. В этом проявляется более ярко выраженный прагматический характер журналистской блог-коммуникации в её сравнении с «традиционными» СМИ. В результате создаются незавершенные тексты, которые могут дополняться читателем и самим автором.

Все это позволяет нам прийти к следующим выводам. В «традиционных» медиа действует *дискретная дискурсивная практика*, в рамках которой каждый журналистский материал представляет собой завершенное смысловое образование. «Традиционная» журналистская коммуникация выстраивается относительно авторского текста и движется от одного медиатекста к другому, совершая своего рода поступательное, дискретное движение от одной законченной смысловой системы к другой. Каждый «традиционный» журналистский текст является в большей степени «смысловой данностью», таким фрагментом дискурса о факте, который сам по себе становится фактом. В то же время в блогжурналистике доминирует *недискретная*, непрерывная дискурсивная практика, в которой смысловые границы между текстами отсутствуют, а пространство между медиатекстами заполняется или может быть заполнено комментариями, офф-лайн коммуникацией с читателями, дискуссией, коррекцией и даже ре-постингом или вовсе «отменой» (снятием из публичной демонстрации) иницилирующего материала. При этом такая непрерывность текстов основана преимущественно на интерактивности и обратной связи. В итоге, фактуальное знание в блогжурналистике формируется, в отличие от «традиционной», не за счет создания завершенных текстов и монологичного «вещания» журналиста как авторитетного информационного источника и комментатора, а за счет диалога с читателем, полемики и совместного конструирования базовых фактуальных единиц материала.

Таким образом, «традиционные» журналистские принципы и функции в сочетании с новыми техническими, коммуникативными и социальными возможностями блоггинга послужили причиной эволюции «журналиста информирующего» в «журналиста коммуницирующего».

#### *Литература*

1. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С.Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Короченский А.П. Демократизация медиадискурса: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] / А.П. Короченский. – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.Ru/db/msg/291886.html>

3. Рублев С. Гражданская журналистика на службе интересов общества [Электронный ресурс] / С. Рублев. // Издание «Lenta.Ru». – Электрон. журн. – 2005. – 17 мая. – Режим доступа: <http://lenta.ru/articles/2005/05/17/blogs/>, свободный.

4. Перевалов В.В. Деятельность журналиста в пространстве художественной культуры. Учебное пособие / В.В. Перевалов. – М.: ГИ, 2005.

5. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. 7-е изд., испр. и доп.: Учебник / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2007.

6. Попов А.А., Кожемякин Е.А. Дискурс блогосферы: удовольствие от текста / А.А. Попов, Е.А. Кожемякин // Медиа, демократия, рынок в современном обществе. М-лы IV Межвузовской конференции, 24–25 мая 2010 года. – СПб., 2010.

## **ИМИДЖЕТВОРЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ИННОВАЦИОННОГО ВУЗА В ФЕДЕРАЛЬНОМ ИЗДАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «ПОИСК»)**

**Шатохина Светлана Ивановна  
Национальный исследовательский  
университет «БелГУ»**

*Имиджетворческая деятельность специалистов по связям с общественностью имеет важное значение в процессе формирования образа инновационного вуза в федеральном издании. В статье проанализированы опубликованные в 2007 г. в газете научного сообщества «Поиск» имиджевые тексты, освещающие реализацию инновационной программы БелГУ.*

*Ключевые слова: имиджетворческая деятельность, имиджевый медиатекст, медиаобраз инновационного вуза, характерологическая черта, инновационная образовательная программа, газета научного сообщества.*

*The image-creative activity of pr-men is important in formation the image of an innovative university in the federal edition. The article analyzes published in 2007 in the newspaper of scientific community "Search" image text, covering the implementation of innovative program BSU.*

*Keywords: image-making activity, image media text, media image of innovative university, characterologic trait, innovative education program, newspaper of scientific community.*

Интерес центральных СМИ к региональному вузу, как правило, связан с существенными изменениями в его деятельности. К примеру, победа образовательного учреждения высшего звена в конкурсе инновационных образовательных программ (ИОП), проводимом в рамках