

Блог: специфика ведения и наполнения контентом

Пигалов Вадим Игоревич

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

E-mail: vadimpigalov@gmail.com

Медиа технологии активно развиваются прямо на наших глазах. Интернет всё больше проникает в повседневную жизнь, становится не просто источником для общения и получения информации, но и формирует свою профессиональную среду. Одной из такой среды, популярность которой растет с каждым годом является блогосфера.

В журналистике и массово-коммуникационной деятельности блогеры, выступающие в качестве аналитиков, критиков, обозревателей и других лиц, работающих в этом направлении, задают профессии новую форму, отличную от традиционных СМИ, но в тоже время очень схожую с ними. Заключается это отличие в отсутствие редакционной политики, в творческой самостоятельности авторов и личной ответственностью за своей деятельностью, в развитие харизмы, индивидуальности и исключительности, чего традиционные СМИ не всегда могут обеспечить.

Для того, чтобы отследить специфику ведения и наполнения блога контентом мы провели теоретико-прикладное исследование с разработкой критериев анализа блога и их характеристикой, а также оценили содержательную часть интернет-дневников. Эмпирическим объектом нашего исследования стал блог Познера В.В, что объясняется большой популярностью Владимира Владимировича, наличием ряда национальных наград и премий за вклад в развитие отечественного телерадиовещания и многолетнюю плодотворную работу в качестве журналиста.

Началом нашего исследования стала разработка таблицы «Характеристики блога в сравнении с традиционными СМИ (печать, радио, ТВ)».

Исходя из полученных нами результатов при составлении таблицы, блоги имеют ряд преимуществ по сравнению с традиционными СМИ. Это заключается в возможности охватить наибольшую потенциальную аудиторию, бесплатность распространения информации, отсутствие материальных затрат, неограниченность сообщений в объеме, мультимедийность, оперативность, обратная связь.

Традиционные СМИ в то же время более структурированы, что проявляется в наличие сюжета, оглавления, программы, рубрик; они более концептуальны и требуют от журналиста высокого уровня владения языком, а также соблюдения литературных норм, что не всегда встречается в блогах.

Далее, исследуя блог журналиста методом контент-анализа, мы пришли к следующим выводам:

- основное внимание в блоге уделяется социальной, культурной, гражданской и политической проблематике;
- блог имеет нелинейную конструкцию, построенную на многообразной информации, отбираемой самим автором. Публикации от одного поста к другому характеризуются затрагиванием разнообразных проблем, отличных друг от друга;
- в интернет-дневнике очень четко прослеживается авторская позиция, которая может быть обозначена как в начале, так и в середине, конце публикации: «Пока этот вопрос еще не решен, я хотел бы внести свою лепту»;

- одной из главных особенностей, которая сразу же бросается в глаза при просмотре ленты является то, что практически все посты начинаются с предлога «о»: «О профессиональных стандартах», «О государственной политике в области информации», что, на наш взгляд, позволяет читателю сориентироваться в понимании темы, о которой будет говориться в сообщении;
- в блоге присутствует критический материал, осуждающий определенные действия властных структур, государственных органов, инициатив и законов, которые приняты или же находятся на стадии рассмотрения.

Таким образом, можно сделать вывод, что в своем блоге журналист делится собственной точкой зрения на события, происходящие в России и мире, но не заставляет своих читателей думать точно так же. Он предоставляет свое видение проблем, а сам читатель должен решить: что хорошо или плохо.

Жанры, представленные на Интернет-страницах блога Познера В.В.: аналитическая корреспонденция, используемая для обоснования суждений явлений, процессов, ситуаций, происходящих различных сферах деятельности; комментарий, имеющий цель обратить внимание на факт и оценить его; рецензия как некий критический отзыв о чем-либо; статья, главной целью которой является дать аудитории возможность поразмышлять над освещаемыми вопросами; обзор, в которой четко прослеживается мнение журналиста, возбуждается интерес у аудитории и показывается противоречия действительности.

Как мы можем видеть, в Интернет-дневнике преобладают аналитические жанры журналистики. Это говорит о том, что данное Интернет-издание качественно, рассчитано на высокообразованного читателя, является «прессой мнений для интеллектуальной части общества».

Так как блог не имеет свой четко прописанный жанр/формат (в отличии от традиционных СМИ), учитывая характеристику публикаций, стиль подачи материала и преобладание аналитического жанра, можно понять, что основная целевая аудитория этого Интернет-дневника - люди среднего возраста с высшим образованием (от 30-60 лет), имеющие свою точку зрения и относящие себя к среднему классу.

Исходя из данных, полученных во второй разработанной нами таблице «Соответствие информации, публикуемой в блоге Познера В.В. с интересами целевой аудитории», заключаем, что блог Позера В.В.:

- удовлетворяет потребности целевой группы в получении качественней, аналитической информации и дает возможность для обмена мнениями;
- имеет самостоятельную редакционную политику, определяющую самим автором;
- затрагивает темы и развивают проблемы, которые не так широко освещаются в традиционных СМИ;
- дает актуальную и злободневную информацию, которое заставляет читателей задуматься или же сформировать собственное мнение по выделенной теме.

В заключении отметим, что блоги, на наш взгляд, являются одним из приоритетных направлений развития Интернета в качестве СМИ за счет возможности использования мультимедийных средств, быстрого реагирования на события, охвата огромных масс людей и взаимодействию всех участников коммуникационного процесса. Более того, интернет-дневники способствуют развитию у читателей гражданской позиции, формирования мнений по тем или иным вопросам за счет обсуждения и актуализации тех проблем, которые не так подробно освещаются в традиционных СМИ.

Источники и литература

- 1) Амзин А. Блоги против СМИ // Новостная интернет-журналистика. М, 2013. С.117-118.
- 2) Федорова С.В. Визуализация как ведущая тенденция развития СМИ // Филологические науки. Вопросы теории и практики 2014. No. 7-2 (37). С. 189-191.
- 3) Планета СМИ www.planetasm.ru