

Луговская Анна Дмитриевна, магистрант,  
Московский государственный институт культуры, кафедра журналистики,  
г. Москва

Бармина Елена Николаевна, к.ф.н., доцент,  
Московский государственный институт культуры, кафедра журналистики,  
г. Москва

## ТРАДИЦИОННЫЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И БЛОГОСФЕРА: ПРОТИВОСТОЯНИЕ ИЛИ ВЗАИМОСВЯЗЬ

**Аннотация:** в данной статье автор исследует специфику работы традиционных средств массовой информации: телевидения, радиовещания и печати. Также в работе подробно проанализирован процесс возникновения и развития блогосферы, особенности данной отрасли. В работе автор рассматривает блогосферу как принципиально новое средство сетевой коммуникации. Благодаря сравнительному анализу работы традиционных СМИ и блогосферы, автор выявил их сходства и различия. Подводя итоги, автор делает вывод, что блогосфера – одно из средств массовой коммуникации современного мира. Блоги стали источником и способом распространения информации не только для общества, но и для традиционных СМИ.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, блогосфера, телевидение, радио, печать, Интернет, блог

Средства массовой информации – система органов публичной передачи информации с помощью технических средств, повседневная практика сбора, обработки и распространения сообщений массовой аудитории. Периодичное распространение информации среди населения имело место на всех этапах становления общества (от наскальных надписей и глиняных табличек древних шумеров до глашатаев, зачитывающих указы царствующих особ). Однако в современном понимании СМИ возникли лишь в конце XVI – начале XVII вв., с расширением торговых и культурных контактов между европейскими странами, которые потребовали создания новой системы обмена информацией [1].

Основная функция СМИ заключается в предоставлении актуальной информации о самых различных сферах деятельности – деловой, научно-технической, политической, социальной, юридической, медицинской и т.п. Добываемая и передаваемая СМИ информация подразумевает беспристрастное освещение фактов.

Еще одна функция СМИ – познавательно-просветительная, направленная на пополнение фонда знаний своих читателей, слушателей, зрителей, с помощью передачи многообразной культурной, исторической и научной информации. Средства массовой информации играют большую роль в жизни общества, так как именно с их помощью люди узнают последние и актуальные новости, происходящие в мире.

СМИ становятся инструментом для формирования общественного мировосприятия. Этим, в свою очередь, могут пользоваться предприниматели для продвижения своих рекламных кампаний, а также политики для политических агитаций. Итак, еще одна функция СМИ – манипулятивная.

Передача информации потребителям происходит различными путями: визуально, аудиально. Газета, радио, телевидение – это традиционные средства массовой информации, которые совместно с интернетом создали глобальное информационное пространство.



Телевидение – это средство массовой коммуникации, которое передает информацию с помощью аудиовизуальных сообщений. Телевидение считается одним из самых манипулятивных среди средств массовой информации, так как обладает несколькими инструментами воздействия на общество: звук и меняющаяся картинка. Так как телевидение оперирует аудиовизуальными образами, его сила в зримости, конкретности, поэтому аудитории практически невозможно трактовать увиденное как-то иначе.

Спектр тем, которые освещают на телевидении очень обширен, они затрагивают коммерческую, культурную, социальную, спортивную, развлекательную, политическую и образовательную деятельности.

Телевидение – это командная работа. Даже если на экране зрители видят одного человека, на самом деле за кадром работает целая команда специалистов, у каждого из них свои функции и задачи.

Первоочередная цель корреспондента и ведущего в кадре – сделать экран «собеседником» для телезрителя. Поэтому все телепрограммы с первых же секунд должны сигнализировать зрителю о том, что они адресованы именно ему и отвечают его потребностям. И это ощущение не должно покидать зрителя, чтобы у него не появилось мотивов переключить канал.

Еще одним средством массовой информации является радиовещание. Носитель сигнала радиовещания – радиоволны, которые свободно распространяются в пространстве.

Основным средством передачи информации в работе радиожурналиста является его речь. Предложения должны быть произнесены с определенной интонацией, а также со смысловыми и логическими ударениями, паузами. Изложенная непосредственно в прямом эфире или записанная заранее речь радиоведущего может быть подкреплена подложкой (музыкальным сопровождением), а также интершумами (звуки аплодисментов, хлопки, удары и т.д.), что позволяет донести до аудитории не только суть, но и скрытый смысл сообщаемой информации. Данные инструменты обогащают содержание радиоматериала, делают его живее, что увеличивает шансы в удержании внимания слушателей.

Ну и наконец, пресса – это совокупность массовых периодических печатных изданий. Они могут включать в себя газеты, журналы, бюллетени и многое другое.

В работе у газетчиков для передачи информации используется только один инструмент – написанное слово. В текстовом виде сотрудники печатных изданий описывают события, факты и идеи.

Читатель является декодировщиком прочитанной информации. Он может воспринять его в том ключе, в каком это замыслил журналист, либо понять написанное иначе – по-своему.

Таким образом, автором были проанализированы понятия традиционных средств массовой информации – телевидения, радиовещания и прессы, а также рассмотрены некоторые их характеристики. Телевидение оперирует аудиовизуальными образами, его сила в зримости и конкретности. Радиовещание использует речь радиоведущего в качестве основного средства передачи информации, подкрепляя сказанное подложкой или интершумом. Пресса передает информацию до аудитории в текстовом виде. Читатели могут получить печатные сообщения с помощью книг, газет, журналов, сборников, бюллетеней. Помимо этого в работе раскрывается понятие средств массовой информации и их функций.

Вышеперечисленные средства массовой информации являются традиционными. Однако появление Интернета и цифровых технологий привело к образованию новой медиасистемы – блогосферы.

Блогосфера – это современный термин, который представляет собой совокупность всех блогов, образующих единую сеть на платформах видеохостингов «YouTube», «TikTok» (сайт нарушает закон РФ), а также в социальных сетях «Instagram» (принадлежат компании Meta,



признанной экстремистской на территории РФ), «ВКонтакте», мессенджере «Telegram» и других. На данный момент существует более 10 миллиардов блогеров, которые коммуницируют между собой, общаются с аудиторией. Тематика блогов различна: начиная от путешествий, заканчивая обзорами игр или показом бытовой жизни блогеров.

Феномен блогосферы заключается в том, что это явление быстро получило широкое распространение среди пользователей сети Интернет и продолжает молниеносно развиваться. Блогосфера относится к понятию новых медиа, она позволяет получать, собирать и распространять информацию не только журналистам, относящимся к традиционным средствам массовой информации, но и обычным пользователям [2].

Интеграция социальных сетей в жизни пользователей повлекла за собой рост числа блогов и блогеров. Если раньше общество получало информацию из телевидения, радиовещания и печатных изданий, то сегодня большинство современных людей перешли на интернет-платформы.

Появление Интернета и смартфонов ускорило процесс получения и распространения информации в разы. В том числе это происходит за счет социальных сетей, где пользователи могут свободно общаться между собой, следить за новостями, знакомыми, друзьями, публичными личностями, а также создавать собственный контент. Сегодня для того, чтобы создавать и продвигать свой контент, не требуется ничего, кроме смартфона, доступа к Интернету и желания творить. Еще одним преимуществом блогов является возможность совмещения этой деятельности с любой другой – работой, учебой.

Современный человек стремится к расширению разнообразия источников, выпускающим актуальную информацию и скорейшему ее получению. Средства массовой информации всегда осуществляли контроль по предоставлению новостей о прошедших событиях дня, но блогосфера позволила удовлетворить желания человека получать информацию быстрее и интереснее по нескольким причинам.

Одна из причин – отсутствие цензуры в большинстве социальных сетей. Блогеры могут высказывать свое мнение, не боясь, что их кто-либо осудит, так как у аудитории есть выбор смотреть или не смотреть блог. Если говорить о средствах массовой информации, то они в частности цензурированы.

Блогеры имеют большое преимущество в способах распространения информации. Для того, чтобы донести какую-либо информацию до аудитории, блогеру достаточно иметь телефон и доступ к Интернету. Для того, чтобы СМИ выложили новость, журналисту, корреспонденту необходимо набрать материал, взять синхроны, написать текст и выполнить еще много этапов, до того как материал выйдет в эфир или будет напечатан в газете.

Блогеры имеют право высказывать свое мнение относительно мероприятия, человека, события или происшествия, а журналист, напротив, должен быть непредвзят в своем мнении, не вставать на чью-либо сторону и быть объективным.

Число блогов и их тематика растет с каждым годом в геометрической прогрессии, в отличие от каналов телевидения, радиостанций и газет.

Человек всегда нуждается в общении, если он по каким-либо причинам не может общаться «вживую», то способом удовлетворения социальной потребности в коммуникации являются блоги.

Современное общество разделяется на два противоположных лагеря. Одни из них считают, что за счет создания и ведения блога человек проделывает большой путь к самореализации, второй «лагерь» указывает на то, что невозможность контролирования деятельности блогеров приводит к кардинальным изменениям процессов социума [3].

Мнение обеих сторон имеет место быть. Благодаря блогу, человек может не только обзавестись хобби, но и найти свое призвание в жизни, преобразовав увлечение в



профессиональную деятельность. Так, например, самый популярный ютуб-блогер Джимми Дональдсон, более известный под псевдонимом MrBeast, ежемесячно зарабатывает на своем канале 5 млн. долларов. Свое состояние Джимми тратит на различные челленджи головокружительных масштабов – он раздает десятки тысяч долларов обычным прохожим, дарит случайным людям дорогие автомобили, дома, и даже самолеты. А последнее время, блогер начал помогать нуждающимся людям. В начале ноября MrBeast открыл 100 скважин в нескольких странах Африки, обеспечив водой более полумиллиона человек.

Есть и обратные примеры блогеров, которые могут распространять заведомо ложную информацию или контент, несоответствующий моральным нормам. Блогеры могут это делать ради увеличения охватов аудитории, черного пиара, другими словами – привлечения внимания. Так, одна российская артистка, известная большинству как INSTASAMKA, неоднократно обманывала свою аудиторию, обливая себя зеленкой и обвиняя в этом других. Ее эпатажное поведение, нецензурная брань стали примером для подражания среди юной женской аудитории.

Таким образом, хотим мы того или нет, но блогосфера тесно вошла в нашу современную жизнь. Обществу необходимо лишь окончательно подстроиться под актуальное медиапространство, научиться критически мыслить, чтобы отделять качественный контент от информационного мусора. Традиционные средства массовой информации интегрировались в интернет-платформы, что во много раз ускорило процесс получения и распространения информации. Надо лишь научиться правильно всем этим пользоваться.

*Список литературы:*

1. Тендит К. Н. Теория и практика массовой информации: учеб. пособие / К.Н. Тендит, А.В. Иванов. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013 (дата обращения: 15.11.2023).
2. Ильиных С.А. Интернет как источник информации: взгляд сквозь призму доверия // Вестник Томского государственного университета. – 2021. – № 467 (дата обращения: 15.11.2023).
3. Красовская Н.Р. К вопросу о контроле фейков, дипфейков, фейковых аккаунтов в интернете / Н.Р. Красовская, А.А. Гуляев // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2021. – Т. 5, № 1 (дата обращения: 15.11.2023).

