

image not found or type unknown



С каждым днём количество людей проводящих время в сети Интернет увеличивается. Интернет даёт человеку новые возможности в сфере коммуникации и является новым средством распространения информации.

Благодаря Интернету появилась такая важная форма медиа, как блоги, которые трудно отличить от традиционных СМИ.

Предлагаю рассмотреть, что понимается под средством массовой информации и блогом, и в чём их отличия.

Под средством массовой информации (СМИ) понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием). Суть средств массовой информации заключается в том, что их информация предназначена не для одного человека, а для всего общества.[\[1\]](#)

Далее рассмотрим, что представляет собой блог.

Блог (англ. blog) – это веб-сайт, основное содержимое которого это регулярно добавляемые записи, изображения и мультимедиа.[\[2\]](#)

Развитие блоггинга приводит к трансформации СМИ. Эффективность традиционных СМИ снижается, современные люди уделяют все меньше времени телевидению и все больше Интернету.

Главной особенностью блогов является их публичность и возможность двустороннего общения. Блоги от СМИ отличаются поставленной целью. СМИ, как правило, делают акцент на привлечение наибольшего количества читателей (зрителей), для которых публикуют свежие новости. А у блогера нет определенной цели, чаще всего он просто высказывает свое мнение по поводу того или иного вопроса. Однако некоторые блогеры уделяют особое внимание наиболее важным вопросам общества. Блогу свойственна эксклюзивность.

В качестве примера блога можно рассмотреть шоу Юрия Дудя «вДудь».

Особенности блога – актуальные герои программ (подбор героев в соответствии с интересами публики и ситуацией в стране), отсутствие формата и рамок общения. Документальные фильмы, в основе которых лежит интервью, делают блог Юрия Дудя разносторонним. Отличия, которые не позволяют приравнять блог «вДудь» к средствам массовой информации:

1. Ненормативная лексика. И сам блогер, и его спикеры пользуются матами открыто. Именно мат делает блог Юрия Дудя открытым, эмоциональным и правдоподобным.
2. Распитие алкогольных напитков в кадре. Формат программы «вДудь» разрешает распитие алкогольной продукции в кадре.
3. Частые разговоры о наркотических веществах и их легализации в России.

Теперь рассмотрим СМИ на примере, «Россия-24»(телеканал).

«Россия-24» — общероссийский государственный информационный телеканал. Вещает круглосуточно из Москвы. Входит в состав Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании.

Цель канала - представлять зрителям самую оперативную информацию из всех регионов страны и за ее пределами 24 часа в сутки.

Новости составляют основу вещания. Информационные выпуски выходят регулярно в течение суток, освещая события, происходящие в стране и в мире. Актуальные вопросы обсуждают участники аналитических и дискуссионных программ. Эфир выходных дней разнообразят документальные фильмы и тематические программы.

Таким образом, можно сделать вывод, что во-первых, средства массовой информации предназначены для всего общества, а блоги для конкретной аудитории. Во-вторых, в блогах есть возможность двустороннего общения, а в СМИ она отсутствует. В-третьих, в отличие от блогов СМИ подвержены цензуре, имеют четкий формат и направление выпускаемых материалов. Следовательно, средства массовой информации и блоги занимают отдельные ниши в медиа.

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) "О средствах массовой информации" ,ст.2 [↑](#)
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блог> [↑](#)