

УЎК (УДК, UDC): 070.447.78

DOI: 10.36078/1577698674

## БЛОГЕРСКОЕ ДВИЖЕНИЕ КАК НОВАЯ ФОРМА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ



**Нагина Маратовна ИБРАГИМОВА**  
Старший преподаватель  
Университет журналистики и массовых  
коммуникаций Узбекистана  
Ташкент, Узбекистан  
[naginamaratovna@mail.ru](mailto:naginamaratovna@mail.ru)

### Аннотация

Статья посвящена новому, малоизученному направлению деятельности мировых СМИ — блогерскому движению в интернете. Его сущность и формы вызывают серьезные споры между специалистами. Автор дает обобщенную оценку блогерству и выделяет его наиболее своеобразные черты. Во-первых, важной особенностью блогерства стало ослабление внимания к содержанию и повышенное культивирование формы публикуемых произведений. Во-вторых, не имея специального образования и фактически не отвечая за качество своих произведений, блогеры позволяют себе часто ставить в сеть непроверенную информацию. В-третьих, происходит повышенная авторская рефлексия (самоотражение) в интернете, т.е. материал отражает не жизнь, а авторское видение действительности. В-четвертых, появилась субъект-субъектная коммуникация, когда автор уже не влияет на потребителя, а контент сообщения создается ими одновременно. В-пятых, блогерские известия стали важным источником информации для профессиональных журналистов. В-шестых, язык и речь блогеров в определенной степени отражают «языковой вкус эпохи». В-седьмых, проблемы и темы, поднятые блогерами, часто служат сигналом для журналистов и становятся предметом обсуждения широкого круга потребителей интернета.

**Ключевые слова:** блогерство; журналистика; движение; блогерность; блогеристика; блогерование; блогерознание; редакции; сайты.

## БЛОГЕРЛИК ҲАРАКАТИ ОММАВИЙ АХБОРОТ ИШИНИНГ ЯНГИ КЎРИНИШИ СИФАТИДА

**Нагина Маратовна ИБРАГИМОВА**  
Катта ўқитувчи  
Ўзбекистон журналистика ва  
оммавий коммуникациялар университети  
Тошкент, Ўзбекистон  
[naginamaratovna@mail.ru](mailto:naginamaratovna@mail.ru)

### Аннотация

Мазкур мақола дунё оммавий ахборот воситаларининг янги фаолиятида кам ўрганилган интернет блогерлик ҳаракати соҳасига бағишланган. Унинг моҳияти ва шакллари мутахассисларнинг жиддий тортишувларига сабаб бўлмоқда. Ушбу мақолада

муаллиф блогерларнинг ишига умумий баҳо беришга ҳаракат қилади ва унинг ўзига хос хусусиятларини тавсифлайди. Бу глобал виртуал маконда блогерлар каби янги ахборот ҳодисасини тушуниш учун зарурдир.

Биринчидан, блогерлар ишининг муҳим хусусияти нашр этилаётган/эълон қилинаётган асарларнинг мазмунига эътиборнинг сусайиши ва шаклига ортиқча ишлов беришдир. нашр этилган асарлар шаклини ўстиришдир. Иккинчидан, махсус мутахассислик маълумотига эга бўлмай туриб, ишларининг сифати учун жавобгарликни деярли зиммасига олмасдан, текширилмаган ахборотни тармоққа жойлаштиришни ўзларига раво қўрадилар. Учинчидан, интернетда муаллиф рефлексияси (ўз-ўзини акс эттириш)нинг кўпайиши кузатилади, яъни материаллар ҳаётни эмас, аксинча, муаллифнинг воқеликка муносабатини акс эттиради. Тўртинчидан, эндиликда субъект-субъект коммуникацияси вужудга келдики, бунда муаллиф/блогер энди истемолчига таъсир қилмаса ҳам, хабарнинг мазмуни улар томонидан бир вақтнинг ўзида пайдо бўлади. Бешинчидан, блогерлар янгиликлари профессионал журналистлар учун муҳим манбага айланди. Олтинчидан, блогерларнинг тили ва нутқи қайсидир маънода “давр тилининг таъмини”ни акс эттиради. Еттинчидан, блогерлар томонидан кўтарилган муаммо ва мавзулар, кўпинча, журналистлар учун сигнал бўлиб хизмат қилади ва интернетдан фойдаланувчиларнинг кенг доирасида муҳокама қилинадиган мавзуга айланади.

**Калит сўзлар:** блогерлик; журналистика; ҳаракат; блоглар; блогеристика; блогершунос; тахририятлар; сайтлар.

## BLOGGER MOVEMENT AS A NEW FORM OF MASS INFORMATION WORK

**Nagina Maratovna IBRAGIMOVA**

Teacher

Journalism and Mass Communications University of Uzbekistan

Tashkent, Uzbekistan

[naginamaratovna@mail.ru](mailto:naginamaratovna@mail.ru)

### Abstract

The article is devoted to a new, scarcely studied direction of the world's media-blogging movement on the Internet. Its essence and forms cause serious disputes between experts. The author tries to give a generalized assessment of blogging and to characterize its most peculiar features. This is necessary in order to understand and comprehend such a new phenomenon of information activity in the global virtual space as blogging.

First, an important feature of blogging was the weakening of attention to the content and increased cultivation of the form of published works. Secondly, having no special education and actually not responsible for the quality of their works, they often allow themselves to put unverified information into the network. Thirdly, there is an increased author's reflection (self-reflection) on the Internet, i.e. the material reflects not life, but the author's vision of reality. Fourth, there was a subject-subject communication, when the author no longer affects the consumer, and the content of the message is created by them at the same time. Fifth, blogging news has become an important source of information for professional journalists. Sixth, the language and speech of bloggers to a certain extent reflect the “language taste of the era”. Seventh, issues and topics raised by bloggers often serve as a signal to journalists and become the subject of discussion by a wide range of Internet consumers.

**Keywords:** blogging; journalism; action; blog; blogger management; blogger knowledge; edition; sites.

Блоггерство стало столь новым и неожиданным явлением в социальных сетях и журналистике, в результате потеряли покой не только руководители общества на самых разных уровнях, но и теоретики журналистики. Причем такая растерянность характерна для специалистов многих стран. Так, они не могут прийти к одному мнению по многим вопросам функционирования социальных сетей, например, есть ли гражданская журналистика, а если есть, то каковы ее характерные особенности.

В настоящей статье мы не ставим целью дать ответ на этот и иные типологические вопросы, связанные с функционированием социальных сетей. Наша локальная задача — дать основную характеристику блоггерскому движению как новой форме массовой информационной работы, показать некоторые характерные черты данного движения.

Развитие технологий доставки массовой коммуникации в XX веке и особенно наступление во всемирном масштабе информационного века в 90-е годы прошлого века поменяло приоритеты на мировой информационной арене серьезным образом. Объем ежедневно поступающих материалов растёт ускоренными темпами, поэтому попытки охватить хотя бы требуемую для каждой специальности их часть неизбежно способствует их быстрому и поверхностному просмотру. Это ведёт к тому, что главным объектом изучения массовой информации становится фактически внешняя сторона публикаций (например, анонсы), т.е. форма сообщений, и только в отдельных случаях пользователь хочет добраться до содержания заинтересовавших его публикаций. В результате поставщики информации уделяют большое внимание заголовкам, цвету и дизайну сайтов, так что повышенный культ формы и ослабления внимания к содержанию также можно считать важной особенностью, примечательной чертой информационного века.

Слово всю свою жизнь сопровождает мысль, но никогда не соединяется с ней полностью. Происходит так потому, что слово, будучи единственным носителем смысла, никогда не отражает его адекватно. Когда оно произносится, то отражает чью-то мысль, но мысль не может быть полноценно отражена в слове, потому что в голове человека эта мысль другая, более своеобразная, разнообразная, колоритная, чем она может быть выражена этим словом. «Мысль изреченная есть ложь» (Ф.И. Тютчев), потому что изреченные при этом слова никогда не могут полностью и во всем богатстве отразить глубину, тонкость и оригинальность мысли. Таким образом, слова оказываются грубыми, приблизительными слепками мысли. Это первый этап существования слова, этап его зарождения.

Второй этап связан с существованием смыслов слов. Однажды зародившись, слово, если оно отражает действительность бытия, уже не исчезает, потому что не исчезают само понятие, которое это слово отражает (в данном случае речь идет о закономерности исключения, т.к. исключения бывают в любом деле). Более того, происходит непрерывное приращивание слова (определение В. В. Виноградова), которое при этом становится фундаментальным, а от него отпочковываются другие слова. Элементарно, Аристотель, изобретший слово «этика», не знал, что впоследствии появится «деонтологическая этика». Поэтому большинство слов в ходе исторической эволюции сознания приобретает дополнительные значения. При этом возникают новые слова, которые эти дополнительные значения отражают, но может быть использовано и коренное слово, в содержание которого каждое поколение будет вкладывать несколько иной, современный для него смысл. Например, слово «средство информации» в древней Индии отражало ораторскую и религиозную устную речь, в древнем Вавилоне к нему присоединились глиняные таблички, в древнем Китае и Корее бамбуковые дощечки, затем бумага, газета, радио, телевидение, сегодня еще и Интернет. Даже жители первой половины XX века не представляли себе, что появится такое всесильное средство массовой коммуникации, как Интернет. Мы уже не говорим о том, что первые читатели газет XVII века не знали об иллюстрированных цветных газетах, а те, кто ушел из жизни в 50-г. XX в. о цветном и трансграничном телевидении и т.д.

Каждый новый этап ставит перед исследователями очередные, все более сложные научные задачи. «Центром современного языкознания, — пишут авторы Литературного энциклопедического словаря», — является, с одной стороны, семантика (семасиология), изучающая языковые знаки как единицы номинации (обозначения) в их соотносительности с познавательной и коммуникативной деятельностью друг с другом; с другой — функциональный синтаксис, изучающий законы организации языковых знаков в целостные высказывания и тексты» (3, 27). Особенно это касается языка интернета, представляющего собой исключительно сложное явление.

Одно из ведущих мест в информационной работе в виртуальном пространстве завоевали сегодня блогеры. Не будучи профессиональными журналистами (по крайней мере, их основная часть), они ведут себя на просторах интернета часто слишком свободно, если не сказать вызывающе. Они, несомненно, понимают, что произошло очень редкое явление — блогеры как бы получили карт-бланш на неправду, на право сообщать неправду, потому что ни преследуют одну цель — быстрее передать в сеть новость. Этому содействовала техника — компьютер, мобильный телефон и др.

Происходит авторская рефлексия в сети. Новость — это отражение не только события, но и вместе с тем самого автора. Понятно, что одно и то же событие может быть освещено в двух публикациях совершенно по-разному, это зависит от личностных качеств автора. Поэтому в конечном счете получается, что нет события как такового, есть его описание со стороны различных блогеров. Общественная концепция свободы слова, закон плюрализма мнений позволяет массовой аудитории с помощью блогеров выявить истину в столкновениях между ними.

Дифференцированная выразительность различных языково-стилистических частей текста блогеров в тех или иных сообщениях вполне очевидна. Свой индивидуальный оценочный характер, свою индивидуальную лексическую окраску носит каждое отдельное слово. Это может кому-то понравиться, а кому-то нет. Но блогеров это мало волнует, они считают своей задачей сообщить новость и преследуют, прежде всего, эту цель.

О типологических качествах блогосферы пишут сегодня многие исследователи. Вот что говорит о них А.Н. Гришанина: «Исходя из сущности информационных потребностей аудитории, у блогосферы в последнее время появляется ряд особенностей: динамичное развитие, иногда стихийное (тенденции не изучаются самими блогерами); отсутствие иерархии; новая схема взаимоотношения между автором и аудиторией; активность аудитории — блогеры оставляют свои комментарии, дискутируют между собой. Это и современные возможности развития творческого мышления» (2, 146). Автор правильно подчеркивает, что данные типологические особенности блогосферы обуславливаются, в первую очередь, потребностями аудитории.

В формы блогерского описания события входят: 1) описание, 2) оценка, но больше 3) зеркальное эмоциональное отображение. Есть еще объяснительный и поведенческий способы ведения массовой информационной работы в сети. Понятно, что поведенческий — это различная модель поведения блогера как субъекта информационной работы.

Говоря об основных характеристиках блога, А. Н. Гришанина пишет: «К основным характеристикам блога можно отнести следующее: наличие авторства (в отличие от форума, который больше похож на анонимный разговор в людном месте); социальная направленность; временные характеристики (записи появляются в хронологическом порядке); диалогичность (обычно разговаривают о том, что представляет интерес и к чему есть личные отношения) ... Блоги — хорошая среда для рождения новых идей» (2,150). Поэтому можно с уверенностью сказать, что будущее информационной работы — в блогах и блогерском движении, оно

развивается сегодня очень быстрыми темпами, тогда как печать постепенно теряет свои позиции.

Практика показала, что анализ эффективности текста исключительно в лингвистическом плане оказывается малопродуктивным, потому что это искусственная изоляция текстовой части материала. Единственно правильным является анализ слов, их сочетаний, а также строя предложений в тексте с комплексной точки зрения, от мировоззрения автора и интернетовского контекста до сочетания двух отдельных слов. Кстати, блогеры часто диктуют правила поведения в сети, но сами их могут не придерживаться.

В каком соотношении находятся между собой предмет и субъект блогерского материала? Этот вопрос волнует нынче специалистов многих стран, работающих в интернете, потому что сегодня такая иерархия претерпевает значительные изменения. Приведем пример из статьи доцента МГУ имени М. В. Ломоносова М. А. Шилиной. Она пишет: «Пользователь из адресата коммуникации превращается в ее адресанта, становится субъектом интернет-коммуникации. Появление субъект-субъектной модели (S2S-модель) влечёт за собой смену направления, условий, ролей коммуникации и задач коммуникаторов — и указанная перемена является принципиально новой как для глобальной публичной сферы, так и для связей с общественностью. Смена традиционных манипулятивных, управленческих отношений между объектом и субъектом на равноправные и распространение субъект-субъектной модели продолжают принципиально изменять суть деятельности и объектно-предметную сферу в новейших связях с общественностью в интернете, которые априорно должны быть направлены на организацию равноправного социального взаимодействия» (6, 214). Субъект-субъектная коммуникация меняет все в корне. Если раньше информационное вещание велось в одну сторону, от источника к аудитории, то теперь аудитория становится полноценным участником создания информационных продуктов и сама формирует общественное мнение. Журналисты постепенно теряют право первенства в этом вопросе.

Реакция блогеров на один и тот же случай может быть различной, кто-то из них окажется прав, освещая его, а кто-то нет. Человеку, не увидевшему событие самому, очень трудно бывает определить с точной оценкой события. Но большинство людей в разных странах читает сообщения о таких событиях, не имея возможности увидеть их лично. Здесь срабатывает важный закон плюрализма, потому что, прочитав о событии по различным источникам, здравомыслящий человек может сделать правильный вывод о нем.

Кроме того, блогерская деятельность и блогерская журналистика стала важным источником информации и для самих журналистов. Как пишет Е. М. Пак, «социальные сети и блоги стали в последние годы одним из основных инструментов работы журналиста и источниками значительного объёма информации. Если корреспондент сидит в “Живом журнале” (LiveJournal), значит он мониторит блогосферу, когда читает Twitter — ищет очевидцев события, а если залез в “Одноклассники” или “Вконтакте”, разыскивает людей из необходимой ему социальной группы для опроса. Блоги и социальные сети стали прямым отражением общественного мнения: источниками комментариев и мгновенной реакции аудитории на разные актуальные темы» (4, 84–85). Оперативность отклика, который часто бывает снабжен документальным материалом (например, видео- или звуковым сюжетом) и разнообразие мнений с избытком покрывают те недостатки, которые часто бывают характерны для блогерских сообщений — неточность или недостаточность фактов и т.д.

Можно сказать и о важной общей тенденции развития блогерского движения, отмеченной в заключении статьи профессора Г. М. Соловьева: «Изменение же языкового вкуса и речевого поведения, которые мы наблюдаем в медиатексте, лишь отображают социальные и психологические (отчасти и этнокультурные) сдвиги в нашем обществе» (5,28). Столь широко традиции блогеров мало кто обобщает. Но мы считаем, что уважаемый ученый прав, потому что известно, что язык представляет собой мировоззрение, а мировоззрение выражается через язык.

Как правило, произведение блогера и поставленные в нем вопросы часто остаются открытыми для продолжения темы или дискуссии. Блогерам не свойственно стремление познать явления до конца, это не всегда делают даже профессиональные журналисты. Такое проникновение более характерно для писателей. В отличие от писателя, журналиста или политического деятеля творчество рядового блогера экономически не стимулировано, идеологически не ангажировано, политически не тенденциозно, журналистски не завершено.

Блогерство, блогерность, блогеристика, блогероведение, блогерознание — все эти термины сегодня не кажутся неуместными, и, возможно, в будущем они получат право на жизнь. Что касается исследований виртуального информационного пространства, то типология, дифференциация, классификация или иная систематизация произведений блогеров необходима, это задача не только ученых Узбекистана, но и специалистов гораздо широкого пространства.

Мы полагаем, что основной проблемой для блогеров является этический вопрос. Они не ограничены каким-либо специальным законом, для них действуют те же нормативные акты, что и для журналистов. Но журналистов контролирует редакция, тогда как блогеры предоставлены самим себе. Поэтому этические нормы становятся для них главенствующими. Л. В. Азарова свидетельствует, что «как показывают исследования международной профессиональной ассоциации EVPREPA, большинство коммуникаторов в Европе каждый год встречаются с проблемами этического характера, число которых постоянно растет» (1,76). В результате в публикациях многих блогеров часто бывают не соблюдены основные требования к созданию публичных произведений: проблематика (нет последовательности), жанровая определенность, языковая норма, образные параллели, допускается языковая и стилистическая неряшливость. А в целом понятийно-терминологический аппарат, наличие которого требуют публичные произведения, часто бывает не в порядке.

#### ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Азарова Л.В. Формирование коммуникационной эпохи: проблемы образования и профессии // Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы: материалы международного семинара (17–18 марта 2014). — СПб., 2014. — С.75–77.
2. Гришанина А.Н. Сетевые СМИ: возможности творческого мышления // Журналистская профессия в системе цивилизации и культуры в информационном постиндустриальном обществе: мат. межд. научно-практич. конф. 19-20 ноября. — СПб.: Институт гуманитарного образования. ООО «Книжный Дом», 2012. — С. 196–198.
3. Литературный энциклопедический словарь/ Под общ.ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. — М.: Сов. энциклопедия, 1987. — С. 527.
4. Пак Е.М. Работа с источниками информации в мультимедийной сфере Интернета // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. Мультимедийный потенциал журналистики. — СПб., 2016. — С. 81–86.
5. Соловьев Г.М. Информационно-психологическое воздействие жаргона и просторечия в рамках современного медиатекста // СМИ в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 50-й международной научной конференции, 2011. — СПб., 2011. — С. 113–115.
6. Шилина М.А. Интернет-коммуникация и связи с общественностью в обществе инноваций //СМИ в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 50-й международной научной конференции. — СПб., 2011. — С. 227–229.

#### REFERENCES

1. Azarova L.V. *Sotsial'naya zhurnalistika kak obshchestvennaya deyatel'nost': opyt i nauchnye issledovaniya v Rossii, SShA i stranakh Severnoi Evropy* (Social journalism as a social activity: experience and research in Russia, the USA and the countries of Northern Europe), Proceedings of the International Seminar, March 17–18, 2014, St. Petersburg, pp.75–77.

2. Grishanina A.N. *Zhurnalistikaya professiya v sisteme tsivilizatsii i kul'tury v informatsionnom postindustrial'nom obshchestve* (The journalistic profession in the system of civilization and culture in the information post-industrial society), proceedings of the international scientific-practical conference, November 19-20, 2012, St. Petersburg: Knizhnyi Dom, 2012, pp. 196–198.
3. *Literaturnyi entsiklopedicheskii slovar'* (Encyclopedic Literary Dictionary), Moscow: Sov. entsiklopediya, 1987, 527 p.
4. Pak E.M. *Sovremennaya periodicheskaya pechat' v kontekste kommunikativnykh protsessov. Mul'timediinyi potentsial zhurnalistiki* (Modern periodicals in the context of communication processes. The multimedia potential of journalism), St. Petersburg, 2016, pp. 81–86.
5. Solov'ev G.M. SMI v sovremennom mire. Peterburgskie chteniya (Media in the modern world. Petersburg readings). Proceedings of the 50th international scientific conference, April 21-22, 2011, St. Petersburg, 2011, pp. 113–115.
6. Shilina M.A. SMI v sovremennom mire. Peterburgskie chteniya (Media in the modern world. Petersburg readings). Proceedings of the 50th international scientific conference, April 21-22, 2011, St. Petersburg, 2011, pp. 227–229.