

<http://www.rg.ru/tema/gos/politic/vnutr>, свободный. (Дата обращения: 21.11.2015г.)

9. Скуленко М.И. Журналистика и пропаганда. – Киев, 1987.

10. Учебный курс «Теория коммуникации», глава «Взаимодействие мифологических, политических, литературных, культурных сообщений в рамках коммуникативного пространства» // Электронный сборник. – Режим доступа:

<http://vmeste.opredelim.com/docs/56300/index-52468.html?page=3>, свободный. (Дата обращения: 18.10.2015г.)

11. Юнг К.Г. Архетип и символ. – М., 1994.

12. Якушев В.М. Гносеологические и психологические основы агитации и пропаганды. Автореферат. – Львов, 1996

13. The New Times [СМИ] – От Брежнева до Путина // Архив. – Режим доступа:

<http://newtimes.ru/articles/detail/91475/#hcq=ZKGNLup>, свободный. (Дата обращения: 22.11.2015г.)

14. The New Times [СМИ] – Трибуна для патриарха // Архив. – Режим доступа: <http://newtimes.ru/articles/detail/93093>, свободный. (Дата обращения: 22.11.2015г.)

**УДК 070:004**

**Г. Шагина,**  
*студент*

*Чувашского государственного университета  
имени И.Н. Ульянова  
г. Чебоксары, Россия*

© Г. Шагина

*Научные руководители:*

*доктор исторических наук, профессор*

**А.А. Данилов;**

*кандидат исторических наук, доцент*

**М.Г. Данилова.**

## **ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОГО ОПЫТА)**

*Аннотация.* В статье анализируются особенности практической деятельности журналиста в сети Интернет на примере оценки автор-

ского опыта. Особое внимание уделено одному из популярных направлений – видеоблогам.

*Ключевые слова:* журналистика, средства массовой информации, Интернет, видеоблог, медиаполе, современные информационные технологии.

*Abstract.* The article analyzes the characteristics of practical activities of journalists on the Internet on the example of evaluation of the author's experience. Special attention is paid to one of the popular destinations – the video blogs.

*Keywords:* journalism, mass media, Internet, video blog, media field, the modern information technology.

Интересным представляется вопрос возникновения журналистики в истории человеческой цивилизации. Безусловно, уже для Древнего Рима были характерны традиции публичного выражения личного мнения. Только раньше это были не журналисты, а ораторы и риторы. Ораторами в Древнем Риме называли государственных мужей, для них выступление на публике входило в полномочия их политической деятельности. Риторами же считались знатоки, которые грамотно и красиво разговаривали, которые не пытались судить о делах управления, так как считали это бесполезной деятельностью. Через некоторое время ораторское искусство становится не только частью культуры многих стран и народов. Огромную популярность получили публичные высказывания и в средневековые времена. В этот период некоторые религиозные наставники и проповедники влияли с помощью своего умения выступать на публике на ум других людей. В пример можно привести так называемые средневековые ереси – течения, направленные на протест феодально-католической церкви, господствовавшей в X–XI веках. Таких ересей становилось больше, потому что развивались города, повышался класс горожан, которых называли «третье сословие». Чем в большей степени была развита городская жизнь, тем больше было ересей. Больше всего их было в Нидерландах, Южной Франции, Чехии, Англии, Северной Италии.

В конце XIX – начале XX века появились такие явления как радио и телевидение. Технология телевидения была изобретена не одним человеком, она создавалась и трансформировалась неоднократно. В основу телевидения вошло открытие фотопроводимости селена, его создал Уиллоуби Смит (англ. WilloughbySmith) в 1873 году. В дальнейшем передача телепрограмм осуществлялась следующим

образом: телекамеры, установленные в студии, воспринимают световые образы людей и предметов, разлагают свет на основные цвета (красный, зеленый, синий) и превращают в электрические сигналы, которые, в свою очередь, преобразуются в радиоволны. Их и испускает передающее устройство. Антенна улавливает радиоволны, превращает их в электросигналы. В XIX веке для создания фотографии фотомодели необходимо было несколько часов стоять в одном положении, чтобы фотограф выставил правильный свет. Сейчас же, в постиндустриальном обществе, когда процессы трансформации технических возможностей не знают границ, все делается гораздо проще.

В конце XX века информационное общество породило новые коммуникативные реальности, преимущественно с помощью сети Интернет. Интернет стал заменять людям и телевизор, и радио, и газеты [1; с. 48]. Для определения роли Интернета в жизни современного человека, мы решили провести опрос среди людей разного возраста и социального положения, где же они получают информацию как для профессиональных нужд, так и для личных интересов. 100 людям был задан один и тот же вопрос:

<b>С помощью чего Вы познаете мир?</b>	18–20 лет	20–30 лет	30–40 лет	40 и старше
интернет	40	40	30	20
телевидение	20	20	45	40
газеты	5	15	10	20
книги	15	25	20	15
другое	10	5	5	5

Трансформация современного медиаполя привела к тому, что рядовые читатели уже сами начинают формировать контент, создавать группы по интересам в соцсетях и сайты, зарабатывать на них деньги [2, с. 202]. Сайт состоит из различных элементов. Каждая страница может быть конвергентной: включать текст, изображение, видео- или аудио-ролики. Многие даже на этом зарабатывают. Так же необходимо акцентировать внимание на направлении, которое ещё только развивается: видеоблогах. Существует большое количество определений данного термина. Видеоблог – это один, или несколько роликов, который снимает человек от первого лица, чтобы рассказать либо о своей жизни, либо о том, что будет интересно другим людям. Зачем так на-

зываемым «видеоблогерам» это нужно? На этот вопрос каждая творческая личность ответит по-своему. Видеоблоги смогли повлиять на мою жизнь. Именно эти простые, как кажется на первый взгляд, короткие сюжеты, помогли мне устроиться на работу и сейчас вести проекты. Моей задачей было привлечение зрителей всех возрастов, как мужчин, так и женщин. Поэтому мне стоило учесть то, что все люди разные, с разными интересами и информационными запросами.

На начальном этапе мной было записано несколько видеороликов о личных интересах. Сделать это было гораздо сложнее, чем представлялось на первый взгляд. Необходимо было перебороть боязнь камеры и той публики, которая в этот момент была со мной. Запись должна была вестись от первого лица и желательно в формате «селфи». Я для себя вывела несколько правил, чтобы мое творчество получилось на самом деле интересным:

1. подача информации должна быть креативной.
2. Я рассказываю только о том, что мне на самом деле интересно.
3. Я буду адекватно реагировать на критику.
4. Поскольку я рассказываю о своей жизни, мне необходимо затронуть все ее сферы.
5. И даже если мне хочется забросить, я должна доделать дело до финального завершения.

В этот момент стало понятно, что без помощи своих друзей у меня ничего не выйдет. Поскольку я работаю детским аниматором, свои первые 10 минут видеоблога я решила посвятить именно данной профессии. В костюме снегурочки я рассказывала о себе, где я учусь и чем занимаюсь. В дальнейшем стало проще: университет, отдых, семья, увлечения. Эти 10-минутные ролики собрали всю мою жизнь по частям. И как итог, готовый видеоблог, получивший свою аудиторию. Моя маленькая цель на тот момент была выполнена. Таким образом, постигая одно за другим, можно добиться всего, чего захочешь. Проходя все испытания на себе, гораздо проще усваивать информацию, какой бы тяжелой она не была. Видеоблоги - как раз и есть одна из новых замечательных особенностей журналисткой деятельности в сети Интернет.

#### *Литература:*

1. Данилов А.А. Влияние средств массовой коммуникации на формирование современной культуры информационного общества в Среднем Поволжье // Ученые записки Тамбовского регионального

отделения Российского союза молодых ученых / Тамб. Регион. Отделение РоСМУ; отв. Ред. А.В. Кузьмин. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2013. – Вып. 2: Перспективы развития научного знания в XXI веке: материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Тамбов, 29 мая 2014 г. – 2014. – С. 48.

2. Данилов А.А. Оценка эффективности деятельности интернет-СМИ Чувашии //Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сб. статей международной научно-практической конференции (23 октября 2014 года). – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015.

**УДК 070**

**В. Шаповалова,**

*студент*

*Елецкого государственного университета*

*имени И.А. Бунина*

*г. Елецк, Россия*

© В. Шаповалова

## **РЕАЛИИ СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ НА ПРИМЕРЕ СИРИЙСКОГО КРИЗИСА**

*Аннотация.* В данной статье рассматривается феномен информационной войны как медийного воздействия в современных политических реалиях. Проанализированы материалы средств массовой информации, посвященные сирийскому кризису.

*Ключевые слова:* информационная война, сирийский кризис, легитимная власть, материал.

*Abstract.* This article examines the phenomenon of information war as the impact of the media in modern political realities. Materials of media devoted to the Syrian crisis.

*Keywords:* information war, the Syrian crisis, legitimate power, material.

Информационную войну можно определить как целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путём нанесения ущерба информации, информационным процессам и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем. Объектом воздействия является мас-