

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей дипломной работы - **«Краудсорсинг в Интернет-журналистике: история, теория и практика»**

Актуальность темы обусловлена тем, что в сетевую журналистику краудсорсинг пришёл сравнительно недавно и до сегодняшнего дня не получил должного анализа.

Слайд 2

Целью выпускной квалификационной работы является изучение истории и теории краудсорсинга, его применение на практике в интернет-журналистике, в том числе и в региональной.

Слайд 3

Объектом исследования выступает краудсорсинг в зарубежной и российской интернет-журналистике.

Предметом исследования является методика краудсорсинга как одна из способов распространения информации в современном обществе и как новая технология активного взаимодействия СМИ с аудиторией.

Эмпирическая база: социальные сети («ВКонтакте», «Twitter»), видеохостинги («YouTube»), геоинформационные системы («GoogleMaps»), официальные сайты некоторых онлайн-СМИ («Guardian», «Комсомольская правда»), – платформы.

Все платформы рассмотрены в период с 2001 г. по 2015 г.

Слайд 4

Необходимым основанием теоретического осмысления вопросов, связанных с темой дипломной работы, явились труды по общим вопросам организации творческой деятельности журналиста цифровой эпохи.

В частности Д. Хау ввёл понятие краудсорсинга и первым сформулировал его законы в бизнес-структурах.

Е. В. Морозова и И. В. Мирошниченко выявили причины возникновения сетевых сообществ и рост гражданской активности внутри этих сообществ.

Е. В. Тира, И. Ю. Мясников и Е. М. Тихонова предложили применить краудсорсинг в газете.

А. Мичел анализирует возможности краудсорсинга на медиарынке США. Основным исследователем и основоположником краудсорсинга в России является научный сотрудник Гарвардского университета Г. А. Асмолов.

Слайд 5

В первой главе работы рассматриваются история и теория краудсорсинга.

Впервые термин краудсорсинга был введен писателем и журналистом Дж. Хау в июне 2006 г. Для Д. Хау краудсорсинг – это «использование

усилий сторонних добровольцев для решения какой-либо задачи как безвозмездно, так и на коммерческой основе» в бизнесе.

Опираясь на известные определения краудсорсинга, мы попытались выдвинуть свою формулировку. На наш взгляд, краудсорсинг – это привлечение добровольцев в деятельность СМИ для достижения цели, поставленной владельцем коммуникационного процесса, или самостоятельное решение общественно значимых задач определённым лицом или группой лиц, координирующих свою деятельность с помощью информационных технологий.

Слайд 6

Краудсорсинговая платформа (медиаплатформа) – сервис, предоставляющий услуги по просмотру, прочтению, прослушиванию, комментированию и дополнению печатного, а также аудиовизуального контента.

Краудсорсинговая платформа «WordPress»– наиболее популярная платформа в мире.

На «WordPress» можно вести блог на нескольких языках, к тому же существует русскоязычная версия, имеется возможность просматривать и выкладывать аудио-, видео- и фотоматериалы.

Чтобы открыть на «WordPress» личный блог или сайт, нужно заплатить от 1500-6000 руб.

Слайд 7

«Instagram»открылся в 2010 г. Бесплатное фото- и видеоприложение было придумано несколько лет назад в Сан-Франциско. Пользователи выкладывают свои фотографии и видеоролики, продолжительностью до 15 сек., предварительно прикрепляя к ним геотеги.

После 16 января 2013 г. приложение стало фактически бесплатным фотобанком, т.к. упразднило понятие авторского права и получило возможность использовать фотографии пользователей в рекламных целях, выставлять их на продажу.

Слайд8

Видеохостинг «**You Tube**» является сервисом, предоставляющим возможность любому пользователю Интернета просматривать видео в онлайн режиме и добавлять свои видеоролики. На данном слайде представлена сама платформа.

Слайд 9

Мы выделили несколько видов краудсорсинга в интернет-журналистике:

- Картография и визуализация;
- Фильтрация данных и расследование

- Намеренная модерация новостного контента журналистов
- Креативный контент
- Развлечение;
- Краудфандинг.

На слайде представлена платформа «Ushahidi» как пример на картографию и визуализацию. Это универсальная краудсорсинговая открытая платформа для сбора больших объёмов пользовательской информации, визуализации данных и создания интерактивных карт, имеющая большую палитру мировых языков. Весь собранный материал прикрепляется к соответствующей точке на карте. Разработка платформы произошла во время гражданской войны в Кении.

Слайд 10

Особого внимания заслуживает креативный пользовательский контент.

Живым примером может послужить Т. Эдисон - единственный в мире слепой кинокритик. На видеохостинге «YouTube» он открыл канал под названием «BlindFilmCritic». Данная страница в «YouTube» представляет собой целый журнал кинокритик с архивом видеофайлов с 2011-2015 гг., Подводя итог, можно сказать, что высокая активность участия пользователей Интернета в краудсорсинге на Западе обусловлена ожиданием СМИ положительного результата от их деятельности, удовлетворением самих краудсорсеров от собственного влияния на политические, социальные и иные структуры с помощью СМИ.

Слайд 11

В российской, как и в зарубежной сетевой журналистике, так же присутствует опыт краудсорсинга. Российский краудсорсинговый проект «Карта помощи» появился в Сети летом 2010 г., когда Россию охватила волна пожаров. Государство показало свою неэффективность в оказании помощи. Тогда Г.А. Асмолов вместе с командой программистов решил запустить сайт, который мобилизовал бы гражданские ресурсы.

Сейчас «Карта помощи» занимается не только пожарами. В её интересы входят места расположения волонтеров, врачей, помощь юристов, заблокированные дороги, вырубка, загрязнение леса и его возрождение.

Слайд 12

Что касается социальных сетей, то в России чаще всего журналисты используют «Instagram» и «Twitter» в качестве источников новостей. Например, в описании «Instagram» «Комсомольской правды» все время написано «Ждем ваших фото с хештегом #кпмосква». В сервисе опубликовано уже больше 400 фотографий с этим тегом.

Слайд 13

Говоря о краудсорсинге в региональной сетевой журналистике, нужно отметить, что, например, в республике Коми наблюдается смешение видов краудсорсинга.

В № 13(342) от 4 апреля 2015 г. газета «PROГород» опубликовала рекламу об открытии проекта «роетру», который подразумевает собой выпуск сборника стихов, посвящённых городу Сыктывкару. Автором произведения может стать каждый житель города.

Проект размещён на известной краудфандинговой платформе «BoomStarter» и на сегодняшний день имеет 8 спонсоров и собрал уже 20 000 руб. Вся собранная сумма пойдёт на издание 100 и более экземпляров. По итогам проекта планируется провести концертное мероприятие, выступить на котором смогут некоторые поэты, опубликовавшие свои стихотворения в сборнике.

В России практически нет собственных качественных систем менеджмента информации, т.е. краудсорсинговых платформ. Однако, россияне очень активно проявляют себя в краудфандинге. Именно эта разновидность краудсорсинга очень популярна в России.

При всей популярности блогеров, краудсорсинг в России неизбежно займёт одну из лидирующих позиций, если высокий интерес российских СМИ и аудитории к новым формам взаимодействия в Интернете, их желание стремиться к совместному сотрудничеству, а также система денежных поощрений и наград сохранятся и будут продолжать развиваться дальше.

Слайд 14

Подводя итоги нашему исследованию, можно выделить положительные и отрицательные стороны краудсорсинга

Во-первых, такая модель делает общество нужным каждому профессиональному корреспонденту.

Во-вторых, краудсорсинг расширил доступ к талантливым кадрам по всему миру.

В-третьих, активными пользователями Интернета являются подростки и молодые люди до 30 лет, которые зачастую прессу не читают.

В-четвёртых, модерация в краудсорсинге – это снижение вероятности недостоверности информации.

В-пятых, краудсорсер – это всё-таки любитель. Профессионал вдумчив, имеет образование, ставит правильные задачи и находит верные пути их решения.

В-шестых, простейшие орфографические, пунктуационные и речевые ошибки, а также употребление сленга, различных диалектов, ненормативной лексики в текстах краудсорсеров значительно снижают качество материала

В-седьмых, спорными в краудсорсинге остаются правовой и экономический вопросы.

В-восьмых, краудфандинг в журналистике может найти себя и в другом русле. В ходе исследования мы доказали, что краудсорсинг в интернет-

журналистике является самым эффективным, быстрым, бесплатным и востребованным аудиторией способом распространения информации и новой моделью социального партнёрства в журналистике.

Слайд 15

Таким образом, можно сделать вывод, что цель работы - изучение истории и теории краудсорсинга, его применение на практике в интернет-журналистике, в том числе и в региональной – достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.