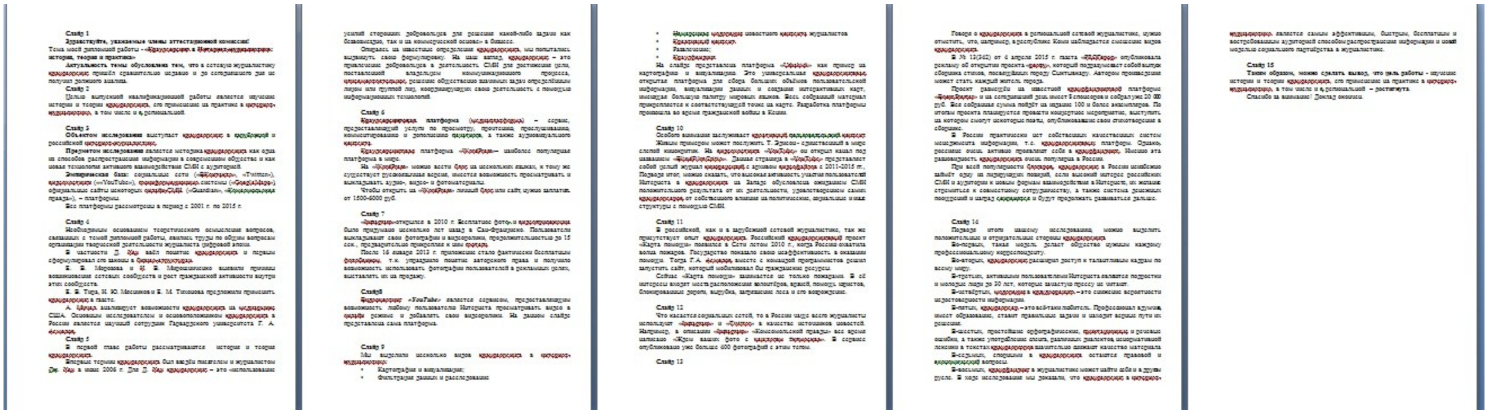

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей дипломной работы – **«Краудсорсинг в Интернет-медиасфере: 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-медиасфере, в том числе и в региональной.

Слайд 3

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

Предметом исследования является история 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

Необходимыми основаниями 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 [illegible].

Е. В. Морозова и [illegible] выявили причины возникновения сетевых сообществ и рост гражданской активности внутри этих сообществ.

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

А. [illegible] 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 введён 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, [illegible] решение общественно значимых задач определённым лицом или группой лиц, координирующих свою деятельность с помощью информационных технологий.

Слайд 6

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

Краудсорсинговая платформа «[illegible]» – наиболее популярная платформа в мире.

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

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

Слайд 7

«Инстаграм» 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 фильтры.

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 *«YouTube»* 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-медиасфере:

- Картография и визуализация;
- Фильтрация данных и расследование
- [illegible] новостного контента журналистов
- Краудсорсинг контента;
- Развлечение;
- Краудфандинг.

На слайде представлена платформа «Ушахиди» 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 краудсорсинговый [illegible] контент.

Живым примером может послужить Т. Эриксон - существующий в мире слепой кинокритик. На видеохостинге «YouTube» он открыл канал под названием «BlindFilmCritic». Данная страница в «YouTube» представляет собой целый журнал кинорецензий 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 волонтёров, врачей, помощь [illegible], блокированные дороги, вырубка, загрязнение леса и его возрождение.

Слайд 12

Что касается социальных сетей, то в России чаще всего журналисты используют «Инстаграм» и «Твиттер» в качестве источников новостей. Например, в описании «Инстаграм» «Комсомольской правды» все время написано «Ждем ваших фото с [illegible]». 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 № 12(242) от 4 апреля 2015 г. газета «[illegible]» опубликовала рекламу об открытии проекта «[illegible]», который подразумевает собой выпуск сборника стихов, посвящённых городу Сыктывкару. Автором произведения может стать каждый житель города.

Проект размещён на известной краудфандинговой платформе «[illegible]» 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 мониторинга информации, т.е. краудсорсинговых платформ. Однако, россияне очень активно проявляют себя в краудфандинге. Именно эта разновидность краудсорсинга очень популярна в России.

При всей популярности блогов, 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, [illegible] в краудсорсинге – это снижение вероятности недостоверности информации.

В-пятых, краудсорсер – это всё-таки любитель. Профессионал журналист 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 [illegible] вопросы.

В-восьмых, краудфандинг в журналистике может найти себя и в другом русле. В ходе исследования мы доказали, что краудсорсинг в интернет-медиасфере 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-медиасфере, в том числе и в региональной **– достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.