

Слайд 1

Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему – Место журналистики в блогосфере Санкт-Петербурга.

Слайд 2

Актуальность работы заключается в потере интереса у публики к традиционным видам СМИ. К тому же в последнее время возрастает число блогов в сети интернет. Поэтому количество информации, получаемой пользователями из блогов, конкурирует с традиционными источниками СМИ. Журналисты могут по-разному трактовать сложившуюся ситуацию, либо как жесткую конкуренцию традиционных СМИ и блогосферы, либо как появление нового ресурса для развития самой журналистики. При этом условия конкурентности все же сохраняются. Однако сами журналисты приспосабливаются к поиску информации в глобальной сети, а также интернет помогает в целом в журналистской деятельности. Это можно отметить ростом числа журналистских веб-дневников в блогосфере.

Слайд 3

Научная новизна работы заключается в комплексном изучении особенности журналистики и блогосферы Санкт-Петербурга. Также научную новизну исследования составляет то, что в данное время не существует достаточного количества трудов, которые исследовали бы взаимодействие СМИ и блогосферы, их специфику и проблемы.

Слайд 4

Объект исследования – журналистика и блогосфера в современном российском обществе. Предмет исследования – особенности журналистики в блогосфере Санкт-Петербурга.

Слайд 5

Целью работы является изучение особенностей журналистики в блогосфере Санкт-Петербурга. Задачи исследования отображены на слайде.

Слайд 6

Практическая значимость: работа может быть полезна при изучении особенностей журналистики и блогосферы на примере любых современных блогеров; служить инструментом в повышении эффективности взаимодействия журналистики и блогосферы; результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе для студентов-журналистов.

Слайд 7

Журналистика за минувшие два десятка лет серьёзно изменилась. В первую очередь изменения произошли в способах генерации и распространения контента, так как цифровые медиа изменили спрос аудитории, вещательную модель коммуникации и стали доступными, подвергнув удару платную дистрибуцию, на которой в течение веков держалась традиционная журналистика.

Слайд 8

Внимание общества к активности интернет-блогеров растёт. Выделилась новая лидерская группа в блогерском комьюнити: инфлюенсеры. Они быстро профессионализируются и превращаются в «людей-брендов», организуют работу целых «медиа-заводов» и успешно конкурируют с традиционными медиа. Их влияние на потребительское поведение людей уже очевидно, на очереди - влияние блогеров на убеждения и политическое поведение. Представления населения блогерах довольно типичны и не подвергаются сильным временным изменениям. В последние три года наблюдается некоторый рост доли тех, кто называет блогерами «журналистов, работающих в интернете» (с 2 до 8 %), и сокращение почти вдвое доли респондентов, не знакомых со значением слова «блогер» (с 26 до 14%). Но это вряд ли говорит о сближении образа новых и традиционных медиа, а может являться и следствием выхода в блогосферу известных журналистов. К настоящему времени блогерам удалось захватить широкую аудиторию и надёжно встроиться в процессы информационного потребления. Ожидается, что основной аудиторией для блогеров выступает молодёжь. На фоне дискуссий и фундаментальных изменений на рынке труда в XXI веке закономерен вопрос, станет ли профессионализация блогеров устойчивым трендом или наблюдается достаточно краткосрочный всплеск моды, после которого наступит затухание интереса к этой деятельности. В среднем скептиков сегодня больше (51%), но среди молодёжи доля позитивных ответов существенно выше.

Слайд 9

Кроме того, интерес к профессии блогера, хотя и нельзя назвать массовым, тем не менее значителен. Каждый десятый россиянин хотел бы видеть своих детей или внуков в качестве представителей этой профессии, а среди 18-24-летней молодёжи таких почти в два раза больше. Все это, с учетом вышесказанного, дает основание полагать, что массовое признание за блогерством статуса «профессии будущего» не за горами. Однако на данный момент не хватает устойчивости, стабильности в глазах массовой аудитории. Среди причин, по которым профессия блогера представляется нежелательной, доминируют прежде всего те, что связаны с «несерьезностью» этой деятельности. В целом, из полученных результатов видна картина развилки — возможности двух сценариев в отношении роста семантика влияния блогеров на общественную жизнь. Возможно как появление общественной усталости от этого формата, так и переход рубежа, после которого скепсис

уменьшается, социальная среда интегрирует новый вид активности и закрепляет за ним признанную область.

Слайд 10

Лидер мнений в блогосфере – это тот, кто демонстрирует свою личностную и информационную актуальность и уникальность. Это блогер, который создает новаторский информационный продукт, некий образец, к которому стремятся многие. Наиболее популярная тематика блогинга в Петербурге – это критические обзоры. В этой сфере более всех преуспел – это Николай Соболев, имея 4,8 млн. подписчиков, рассказывая им об актуальных событиях Рунета, а также, выпуская аналитические материалы. Вторая по тематике – это блогосфера об автомобилях. И здесь нет конкурентов у блогера Константина Заруцкого, который специализируется на видео контенте о тест-драйвах различных моделей авто, отмечая, как достоинства машин, так и недостатки. Третье место занимает тематика здорового образа жизни, красоты и моды. Здесь ожидаемо вне конкуренции ютуб-блогеры женщины. Социально значимые темы встречаются в публикациях блогеров крайне редко, а в основном блоги используются для самопрезентации, развлечения аудитории и рассказа о впечатлениях. В последнее время государство уделяет блогерам все большее внимание: в реальном обсуждении находится ряд законодательных инициатив, в частности – создание механизма "одного окна" для работы государственных структур и корпораций с блогосферой. Реализация этих правил может, в ряде случаев, привести к дополнительной нагрузке на блогеров, прежде всего – юридической. Таким образом, можно считать, что поставленные задачи были выполнены, а данные, собранные о современном состоянии сетевой журналистики могут использоваться для дальнейших исследований.

Слайд 11

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!