

**«ЧТО ТАКОЕ БЛОГЕРСТВО
СЕГОДНЯ: ГРАЖДАНСКАЯ
ЖУРНАЛИСТИКА ИЛИ ЯРМАРКА
ТЩЕСЛАВИЯ?»**

ведущая **Виктория Матанис**

ЗАЧЕМ НАМ ИНФОРМАЦИЯ >>>>>

Представим себе мир без средств массовой информации (СМИ)

Какой он будет?

Как мы узнаем о том, что произошло в соседнем городе или даже доме?

От друзей и знакомых?

Но насколько большим будет наш такой мир?



Информация - то, что уменьшает долю нашего незнания.

Например, мы не знали как пройти к колледжу, когда первый раз туда ехали. Мы получили информацию о пути (от людей или от навигатора). Мы уменьшили долю своего незнания.

Глобально - границы нашего мира «измеряются» границами информации о нем. Какие выставки открыты в городе? Какие новые фильмы вышли? Какие открытия сделали ученые? Обо всем этом мы узнаем из СМИ, эта информация расширяет наш мир.

КОГДА И ЗАЧЕМ ПОЯВИЛАСЬ ЖУРНАЛИСТИКА >>>>

В первобытном обществе люди могли общаться непосредственно друг с другом. Вождь племени мог легко собраться всех охотников и объявить о том, где сегодня была замечена добыча.

Древняя Греция и Древний Рим - появляется протожурналистика. Это прообраз будущих газет.

Коммуникацию обеспечивали:

- глашатаи - «газета на ножках»;
- надписи на стенах - граффити;
- глиняные таблички с законами, которые выставлялись на главной площади.

Но газет еще не было, потому что не было удобного и дешевого носителя (**пергамент дорогой, папирус хрупкий, глиняные таблички тяжелые**), мало было грамотного населения, информационная потребность не было сформирована.

Первые СМИ появляются в портовых торговых городах **Италии, Англии, Франции в XVII веках**. Именно туда стекаются все новости о реальном и нереальном мире, о чудесных заморских странах и таинственных драконах, о торговых ярмарках и моде.

Первые газеты обо всем:

- придворные новости
- Торговые новости
- Научные и исторические рубрики
- Международные новости
- Репортажи про сражения
- Мода и искусство

**Журналистика появляется как
действенный инструмент
информирования большого
количества людей**



ИДЕАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА >>>>>

Функции журналистики

онтологическая

(онтология - бытие, описывает мир, в котором мы живем)

гносеологическая

(гносеология - познание мира, расширение его границ)

Но СМИ выполняют еще и **идеологическую** функцию - транслируют различные идеологии, в том числе и государственные в массы

Идеальная модель журналистики - интересы каждой социальной группы представлены в полном объеме в различных СМИ для социального диалога и удовлетворения социальных интересов. Таким образом достигается плюрализм в самой системе СМИ



При этом медиа сегодня - это коммерческие предприятия, которые должны думать параллельно про аудиторию, и про прибыль. Поэтому многие тему уходят на второй план, потому что не принесут ожидаемые рекламные бюджеты или не привлекают нужную платежеспособную аудиторию

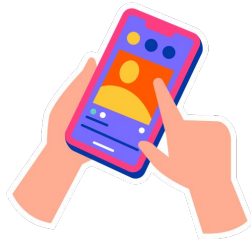
ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В ИНТЕРНЕТЕ >>>>

С появлением Интернета и развитием цифровых технологий начинает активно развиваться **гражданская журналистика**.

Речь идет об активном использовании пользовательского контента в привычных СМИ и медиа, с одной стороны



А с другой стороны, сами активные граждане получают возможность рассказывать обо всем, что видят, что знают, что их волнует. Такие гражданские журналисты могут освещать события, которые прошли мимо традиционных СМИ или показывать события глазами участника или очевидца



Например:

У компании ВГТРК есть проект «Мобильный репортер». На сайте компании проект описан так: «Мобильный репортер» узнает о том, что происходит в мире, из «первых рук». Всегда оперативное видео и актуальные репортажи очевидцев. Обсуждения событий в России и не только»

ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И БЛОГЕРСТВО

Одной из первых и популярных блогговых платформ стал сайт Livejournal.com.

Этот сайт позволял размещать преимущественно текстовый контент, который можно было иллюстрировать. Сайт работает до сих пор. Потом появились другие удобные платформы для ведения видеоблогов, и текстовых, и аудио

⋮

1999 год

Livejournal.com

⋮

2006 год

ВКонтакте и Одноклассники

⋮

2017 год

блоги на платформе Яндекс.Дзен

Блогер - это пользователь Интернета, который ведет собственную страницу, сайт или канал.

Сегодня можно вести блог и на сайтах других медиа, зарегистрироваться там как автор. Материалы будут публиковаться в разделе блоги.

Например,

на сайте про образование Мел.фм (mel.fm) тоже есть раздел блоги.



БЛОГЕР - ПОЧТИ ЖУРНАЛИСТ. ЧЕМ ОН ОТЛИЧАЕТСЯ?

С точки зрения **закона «О средствах массовой информации»**, журналист - это лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию.

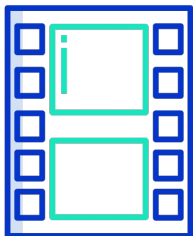
Важно!

Журналист официально работает в СМИ и может подтвердить свой статус. Журналист может быть официально аккредитован на разные мероприятия. Журналист подчиняется законодательству о СМИ.



Блогер - владелец сайт (страницы) в интернете, на которой размещается общедоступная информация.

Сегодня блогер - собирательное понятие. Этим словом описывают всех публичных людей, которые ведут страницы в сети, регулярно выкладывают контент на определенные темы.



Важно!

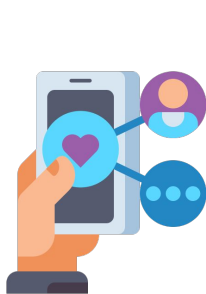
Статус блогера законодательно пока не закреплён (была попытка регистрации блогеров, если суточная аудитория более 3000 человек, но механизм не отработан). Блогер работает на себя. Блогер подчиняется общему законодательству РФ.

ВЛИЯНИЕ БЛОГЕРОВ >>>>>

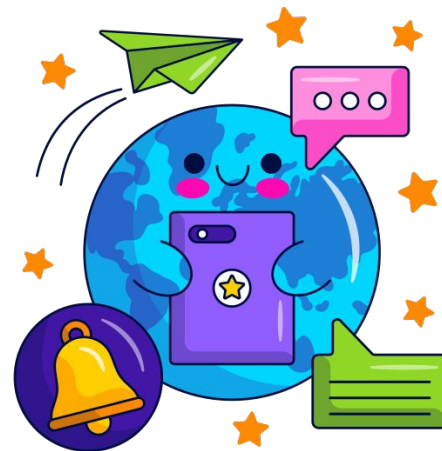
В телевизионной журналистике особенно ярко проявился эффект персонификации информации.

Мы воспринимаем и доверяем новостям **через призму восприятия внешности** ведущего или корреспондента.

Сравните образы ведущих новостных программ на разных каналах.



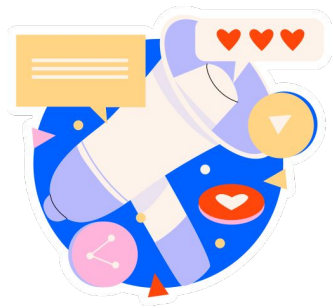
В социальных сетях у нас есть **иллюзия личного общения**. Мы подписываемся и читаем блоги известных людей, нам кажется, что мы уже не только виртуальные друзья. Мы подписываемся на тех, кто нам близок по духу, кто нас вдохновляет



Рекламодатели быстро ощутили эффект от рекламы у блогеров. **Эффект личного общения с аудиторией помогает быстро получать нужный результат.**

Блогеров стали активно приглашать на пресс-конференции, показы, презентации. Но в тоже время практически невозможно предсказать, что именно блогер расскажет. Часто можно слышать истории, как блогеры шантажируют компании и угрожают написать плохой отзыв.

О ЧЕМ ГОВОРЯТ СЕГОДНЯ БЛОГЕРЫ



1. О чем говорят сегодня блогеры

Современные блоги фактически отражают систему традиционных СМИ. Поэтому сегодня часто говорят, что блоги - это новые СМИ или новые медиа. Исследователи предсказывали всё большую сегментацию СМИ, что, например, будут появляться более узконаправленные журналы. И вот уже есть не только журнал «Друг. Для любителей животных», но и «Друг. Кошки» и «Друг. Собаки». Каждый человек может найти себе медиа по интересу.

Сегодня блоги могут быть:

О своей жизни

автор рассказывает о своей повседневности

О еде

не только рецепты, но и ресторанный критика.

О путешествиях

истории, советы, рекомендации

О своем хобби

например, рассказываем как и что делать своими руками

Экспертный блог

например, юрист рассказывает тонкости законодательства

О моде

и о многом другом.

Важно!

Блоги могут быть любые по формату, теме и носителю. Главное - интерес аудитории. Это может быть и очень нишевый канал на тему русского рока 80-90 годов.

ЗАЧЕМ РАССКАЗЫВАТЬ О СЕБЕ И ВЕСТИ БЛОГ >>>>

Идеальная модель журналистики помогает:

- сделать видимыми все социальные группы;
- учитывать интересы самых разных слоев;
- блогеры становятся гражданскими журналистами, они рассказывают о том, что не вызывает интереса у традиционных медиа по разным причинам.

Важно!

Чем больше в социальных сетях появляется лидеров мнений, тем тяжелее воспринимать информацию, поступающую от них, — не вся она достоверна, и может оказаться лишь пиар-ходом или рекламой. Необходимо проверять весь публикуемый контент и опираться лишь на собственное мнение. Будьте осторожны в большом цифровом мире коммуникаций.

Мы можем сколько угодно ругать современные СМИ, что они не затрагивают многие социальные темы. Но сегодня **мы сами можем производить любой контент.**

Технические средства стали гораздо доступнее, чем даже 10 лет назад. **Сегодня доступ к сети имеет 80 % населения страны.**

Интернет пользователи

97,5 = 79,9%

млн чел

населения
страны

Пользователи мобильного Интернета

90,2 = 73,8%

млн чел

населения
страны

Пользуются Интернетом каждый день

94

млн чел

Устройства для выхода в Интернет

73,8%

mobile

48,4%

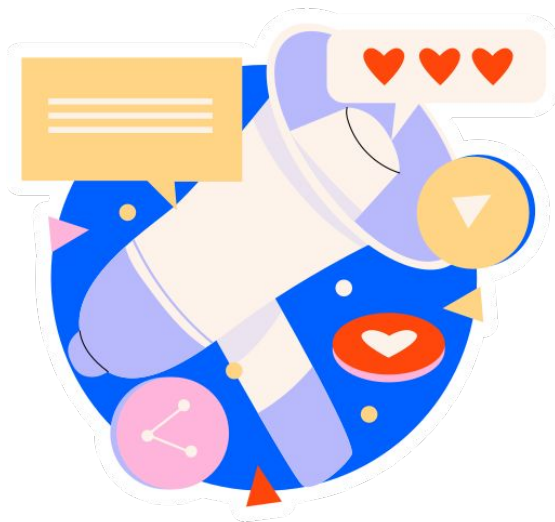
desktop

Каждый из нас эксперт

**Каждый из нас может
рассказывать о себе и
своей жизни**

**Каждый может быть
услышан/увиден**

**Каждый может быть
полезен себе и
обществу**



**Каждый из нас может
быть смелее**

**Каждый из нас может
экспериментировать**

С чего начать?

Просто напишите список вопросов, которые Вам часто задают друзья