



В.А. Степанов

ФЕНОМЕНЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

4 лекция

Минск, 2019

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ БЛОГЕРСТВО

Модель блогосферы в контексте журналистики



Domingo, D. & A. Heinone. 2008. "Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries." *Nordicom Review*, 29 (1): 3-15.



Блогеры – активные пользователи социальных медиа, которые на регулярной основе создают контент, нацеленный на массового зрителя и читателя



Отличительные черты профессиональных блогеров

- 1 Устойчивая внутренняя мотивация к творчеству
- 2 Ведение блога на системной основе
- 3 Работа на массовую аудиторию

Место блогеров в системе массовых коммуникаций



Профессиональные блогеры встроены в медиарынок не только творчески, но и экономически

Influencer Rates* Worldwide, by Social Media Platform and Influencer Tier, March 2019

	Nano (500-5K followers)	Micro (5K-30K followers)	Power (30K-500K followers)	Celebrity (500K+ followers)
Instagram				
—Post	\$100	\$172	\$507	\$2,085
—Video	\$114	\$219	\$775	\$3,138
—Story	\$43	\$73	\$210	\$721
YouTube video	\$315	\$908	\$782	\$3,857
Facebook post	\$31	\$318	\$243	\$2,400

Note: n=2,500; *represents rate that influencers charge brands

Source: Klear, "The Klear Influencer Marketing Rate Card," May 13, 2019

247372

www.eMarketer.com



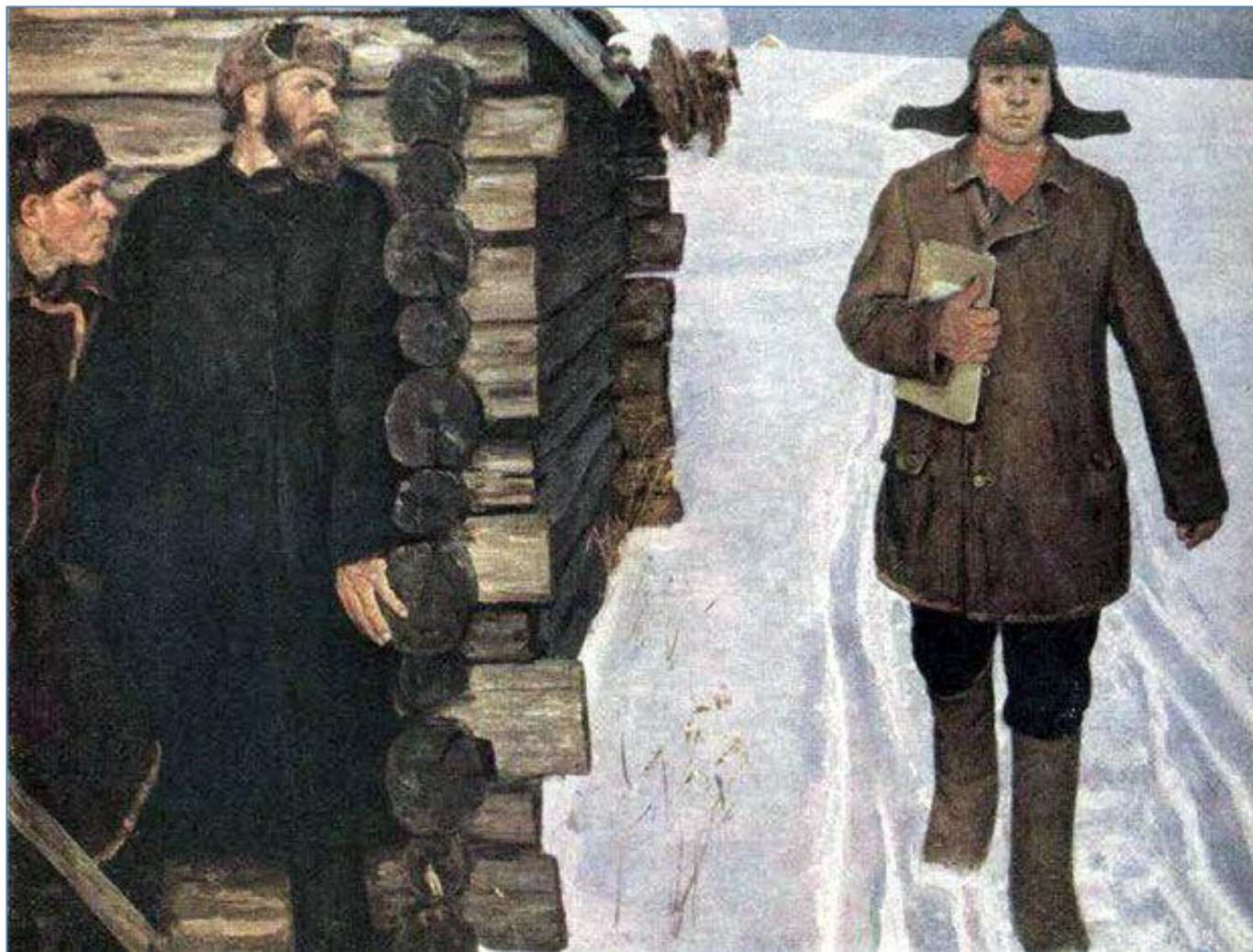
**от \$500 до
\$1000 в месяц**
может заработать
белорусский
автор с менее,
чем миллионом
подписчиков

«Гражданский журналист» – блогер, сосредоточенный на общественно-политической тематике



*Правдоискатель,
разоблачающий
«заговор СМИ» –
типичный образ
блогера в массовой
культуре*

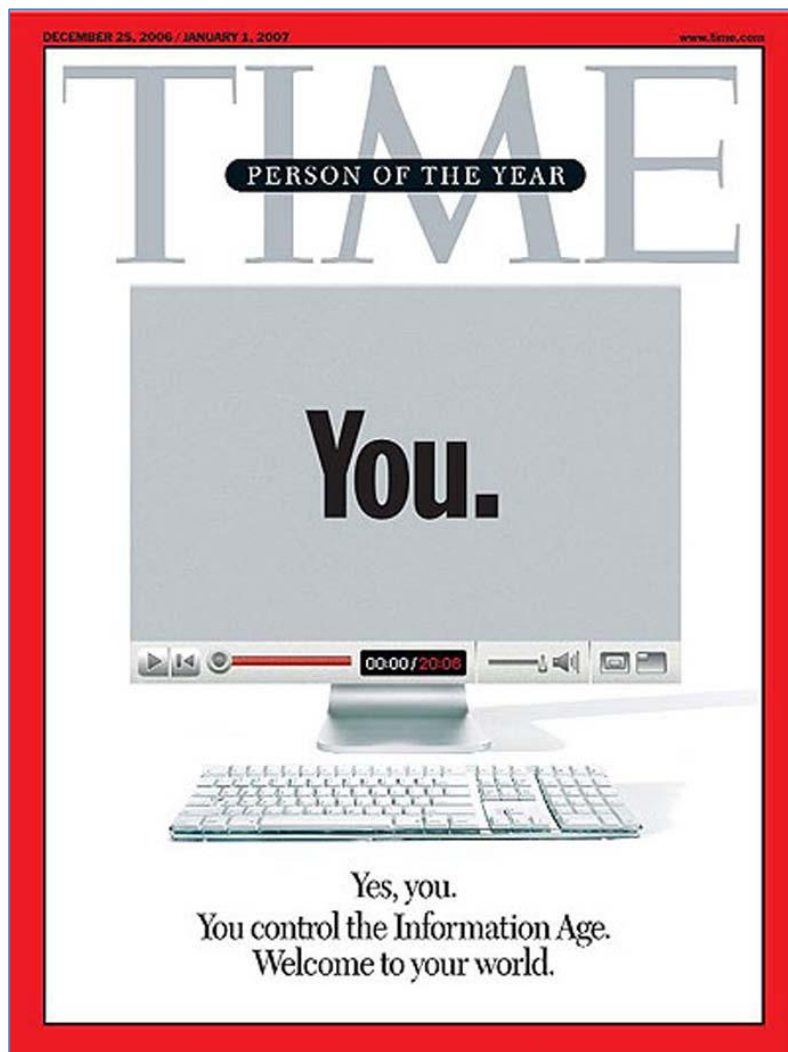
*кадр из кинофильма
«Заражение», 2011 г.*



Ю. Кугач, «Селькор», 1969 г.

*Приток в систему
СМИ блогеров
напоминает
аналогичные
процессы 1920–
1930-х гг., когда
журналистика
активно
пополнялась
корреспондентами
-любителями –
рабселькорами.*

«СОЦИАЛЬНЫЕ СМИ» И ПРОЕКТЫ НА БАЗЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА



«Ты контролируешь Информационную эпоху», – заявил журнал Time, выбрав обычного интернет-пользователя «человеком года» (2006 г.).

UGC-проекты

медийные ресурсы в которых аудитория, а не журналисты играет ключевую роль в сборе обработке и распространении контента

кластеры интернет-субкультур



специализированные площадки



развлекательные сайты



платформы гражданской журналистики



агрегаторы знания



Залог устойчивости UGC-проектов

1

Действенные механизмы мотивации к созданию контента и участия в его обсуждении

2

Система ясных требований к качеству контента и поведению в дискуссиях, а также инструменты контроля за их соблюдением

Контроль за соблюдением правил и полномочия для поддержания порядка обычно возложен на отдельную группу – модераторов, «модов», «уборщиков» и т. д.

«Википедия» обладает разветвленной статусно-ролевой системой, которая нацелена на выработку консенсуса

	«Участник»*	«Загружающий»	«Патрулирующий»
Статус			
Минимальные требования	4 дня стажа 15 правок	2 недели стажа 20 правок	1 месяц стажа 100 правок существенный вклад соблюдение правил
Полномочия	- редактирование статей и шаблонов, создание страниц - право голоса во время выборов	возможность загружать файлы	- проверка статей на соответствие стандартам - откат правок - переименование страниц
Количество	около 2,2 млн.	почти 50 тыс.	более 2 тыс.

* более точно: «автоподтвержденный участник»/

Платформы «социальной журналистики»

Participez à Agoravox 
Inscrivez-vous

AGORA VOX
Le média citoyen

Accueil Actualités Tribune Libre Culture & Loisirs Qui sommes-nous ? Faire un don Newsletter

 **Bruno Guigue**
Analyste politique.
 Ses articles par RSS

Tableau de bord
Premier article le 14/05/2012
Modérateur depuis le 12/02/2014

Rédaction	Depuis	Articles publiés	Commentaires postés	Commentaires reçus
L'inscription		110	24	9946
1 mois		5	0	347
5 jours		1	0	88

Modération	Depuis	Articles modérés	Positivement	Négativement
L'inscription		0	0	0
1 mois		0	0	0
5 jours		0	0	0

Ses articles classés par : ordre chronologique
Nombre de visites | Nombre de réactions
0 | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | ...

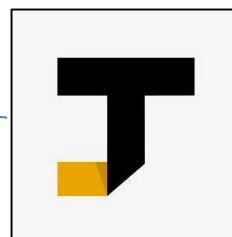
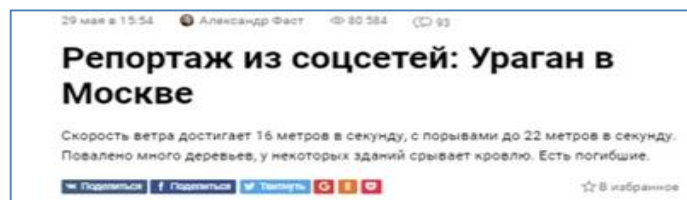
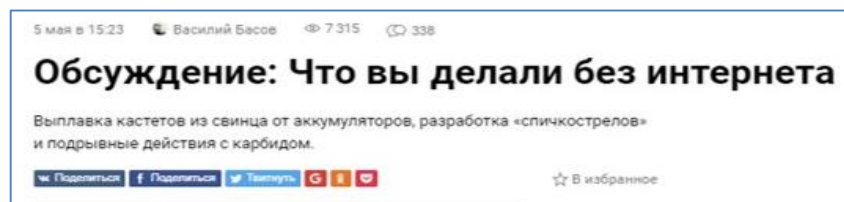
LES THEMES DE L'AUTEUR
Tribune Libre Chine Palestine
Marxisme Economie Politique Espagne
polémique Syrie Emmanuel Macron
Information et Médias Médias Liberté
d'expression International Guerre
Daech Droits de l'homme International
Venezuela Terrorisme Corée du Nord
Donald Trump Vladimir Poutine



 | **blastingnews**
HUFFPOST
OmnyNews

Бельгийский AgoraVox, один из наиболее успешных европейских платформ гражданской журналистики, сумевший объединить порядка 70 тыс. авторов.

«Гибридная модель» UGC-проектов



TJournal

Российская медиаплатформа,
состоящая из коллективных
сообществ и личных блогов

Журналисты



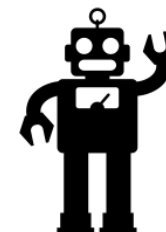
Создают на основе «сырого»
UGC полноценные публикации
– подборки, интервью,
используют посты в качестве
информационных поводов

Сообщество



Выступают в
тематических
сообществах,
наполняют блоги

Робот



Агрегирует
популярный контент
из социальных
медиа

МАССОВЫЕ СООБЩЕСТВА И ТВОРЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Крупнейшие сообщества в социальных сетях обладают атрибутами СМИ

- 1 Периодичность обновления
- 2 Устойчивая система жанров и рубрик
- 3 Постоянный штат авторов
- 4 Модели получения прибыли (монетизации)
- 5 Редакционная политика

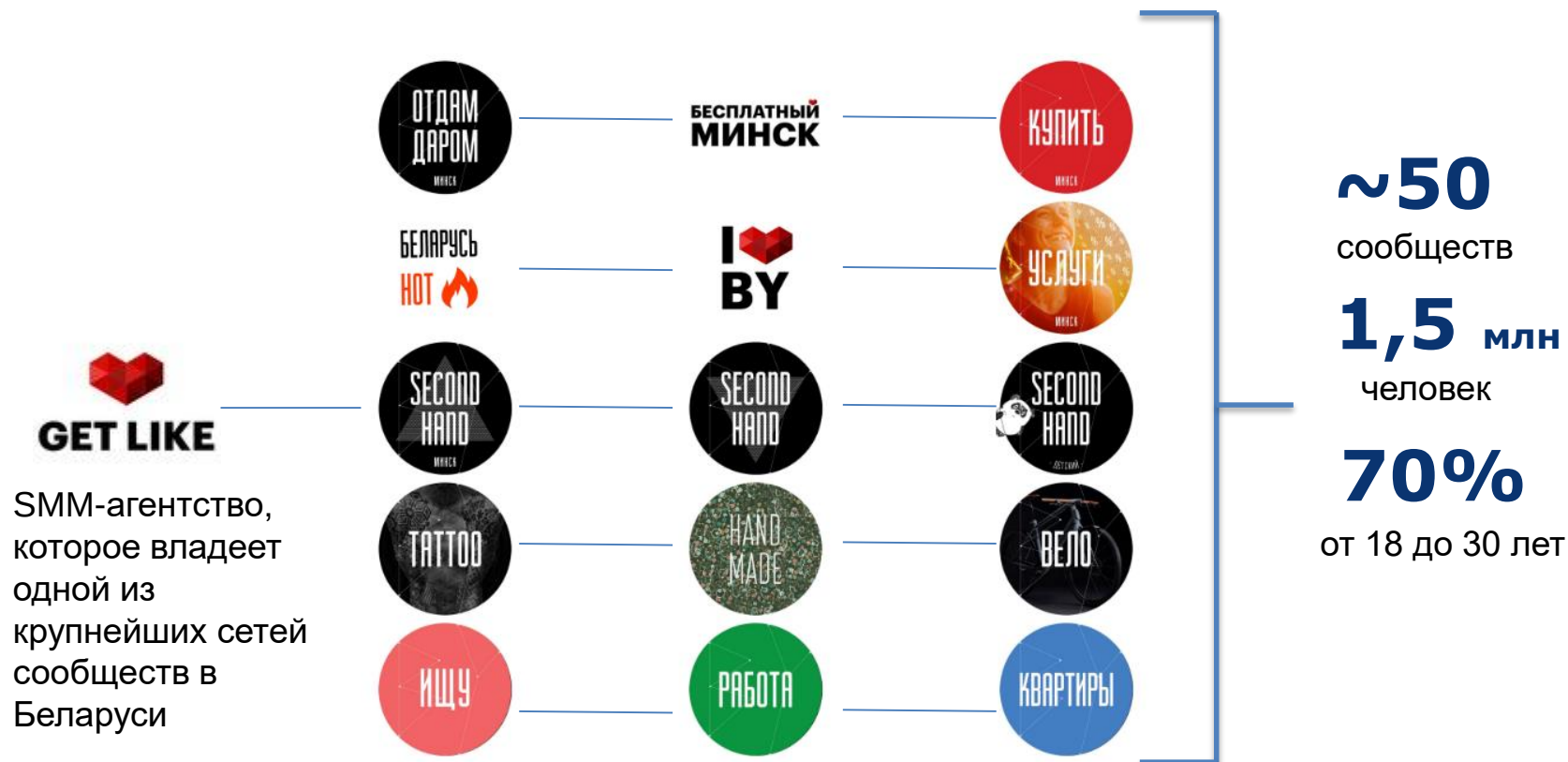
В сети «ВКонтакте» сложился собственный сегмент медийного рынка, где главную роль играют сообщества различной тематики

Поиск	Подписчики ▾	Охват	Посетители	Прирост	CPP
1 2 3 »					
 Киномания Кинофильмы	11 931 138	896 870	111 906	1 805 0.02%	14 000 руб
 Смейся до слёз :D Юмор	11 243 343	1 596 426	19 495	641 ~0.00%	Заказать рекламу
 MDK Юмор	11 154 928	2 360 104	209 404	670 ~0.00%	-
 ПРИКОЛЫ Смеяка Юмор	11 147 404	🔒	🔒	847 ~0.00%	4 940 руб
 КиноКайф - Лучшие фильмы Кинофильмы	10 806 239	🔒	🔒	3 471 0.03%	7 000 руб
 ✓ Команда ВКонтакте СМИ	10 278 248	🔒	🔒	1 855 0.02%	-
 ЁП Юмор	9 531 311	🔒	🔒	312 ~0.00%	-

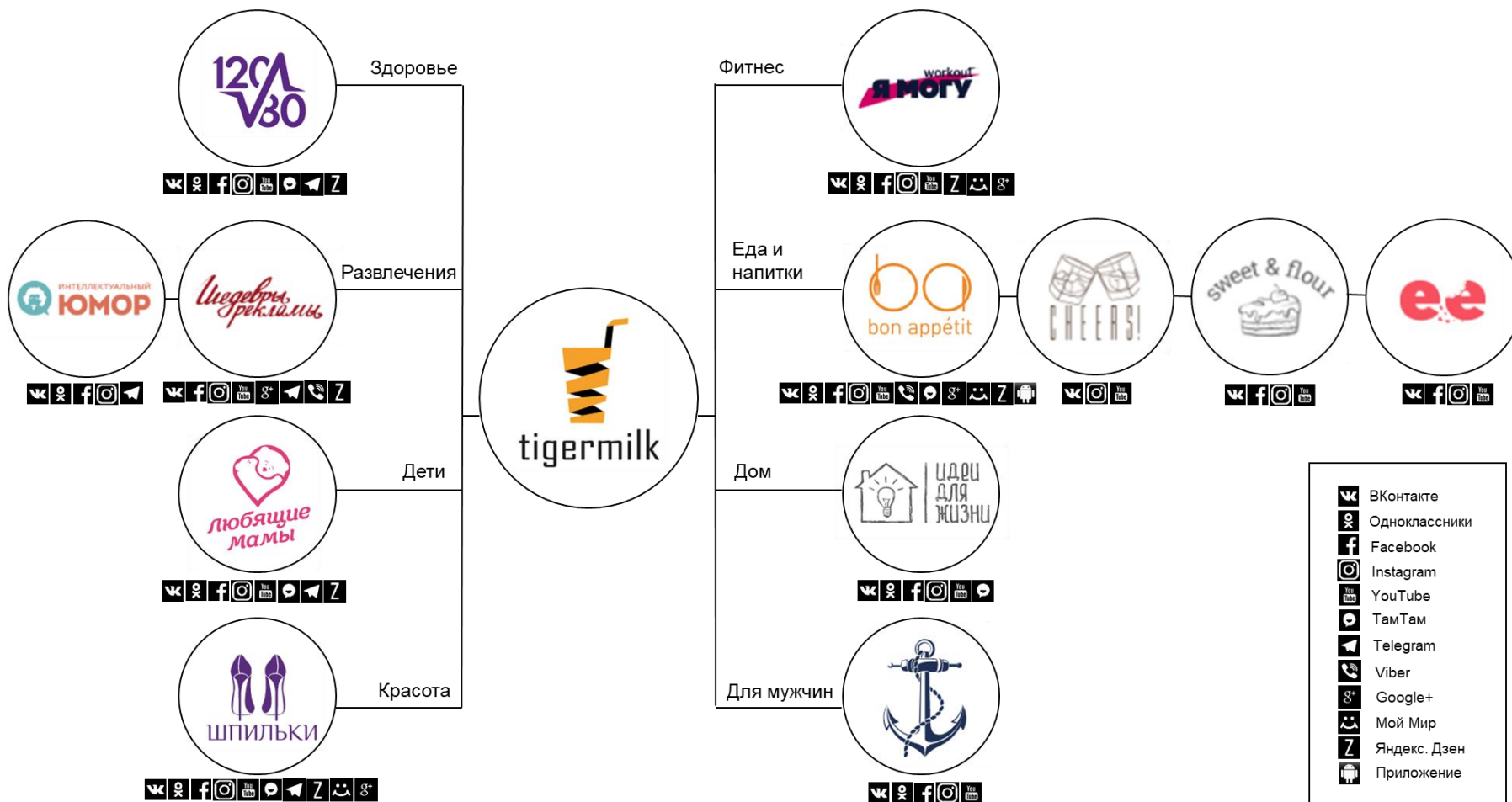
Цена рекламной публикации в ленте топовых сообществ может достигать \$200–1 тыс.

Данные сервиса AllSocial

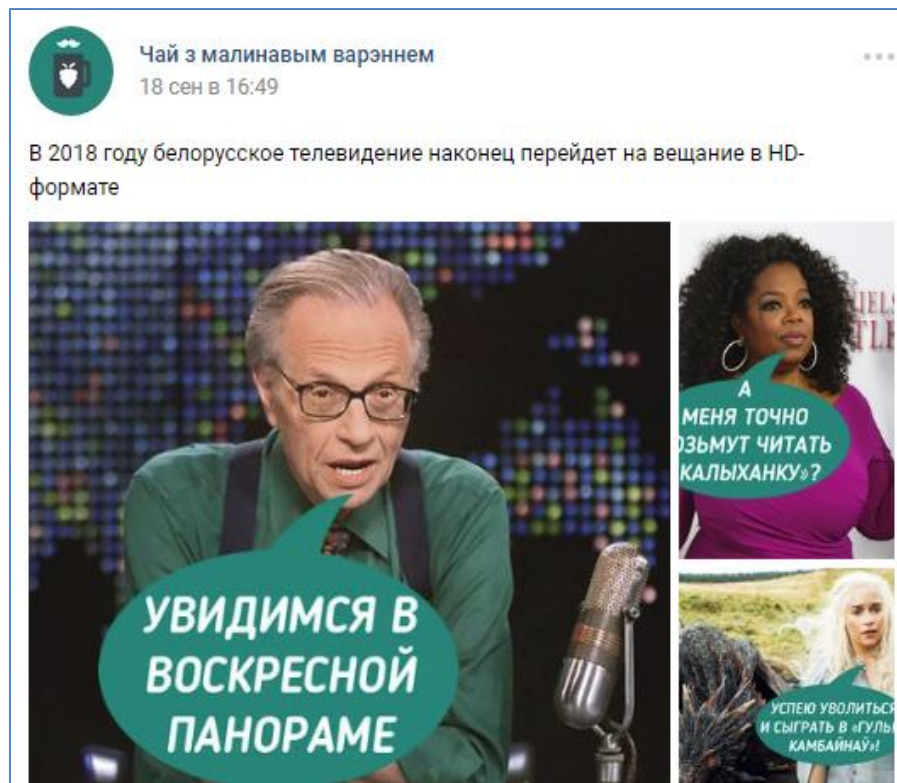
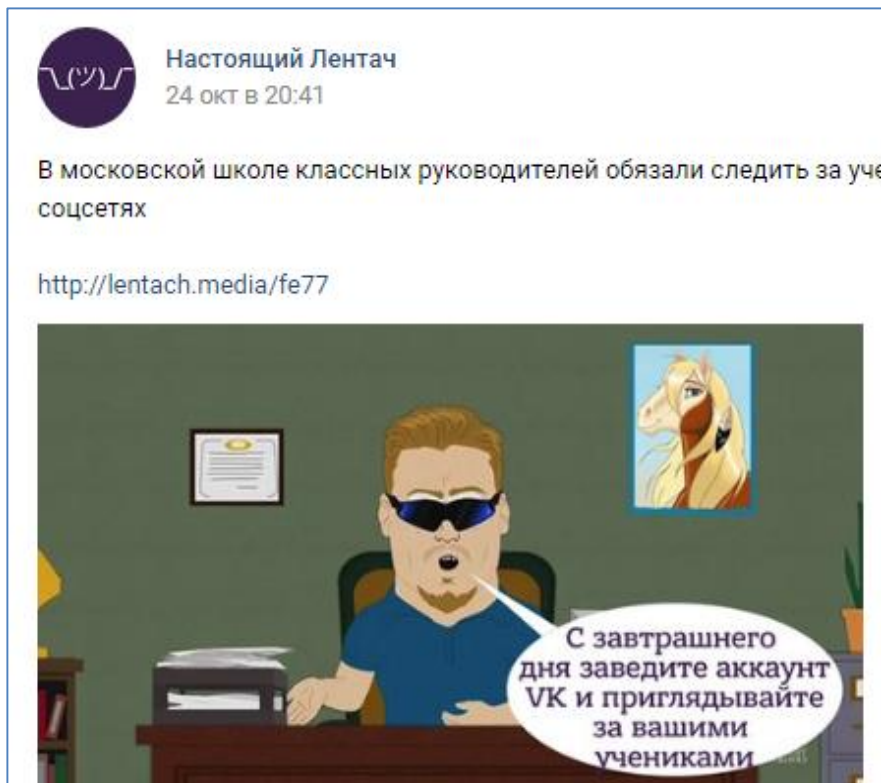
Для максимизации прибыли сообщества объединяются в сети,
ключевую роль играют маркетинговые агентства



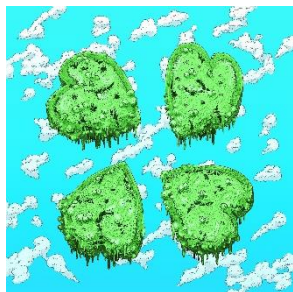
Сеть сообществ **Tiger Milk** специализируется на развлекательной тематике и охватывает около десятка платформ



Белорусский сегмент «ВКонтакте» активно экспортирует творческие форматы («Типичный...», «Подслушано...»), жанровые формы и бизнес-схемы



Заимствуя успешные форматы российских проектов, белорусские сообщества конструируют собственную идентичность за счет языка и культурных артефактов



Стили логотипов сообщества «Бульбаш» (слева) и российского паблика «4ch»



Российский «Борщ» (2010 г.) и белорусские «Дранікі» (2012 г.)



БИРЖА МЕМОВ

Лайки крутятся, мемасы мутятся

Вы подп



ХАЙПАНЫМ ТРОШКІ

УСЕ БЕЛАРУСЫ – СЮДЫ!

Написать сообщение

Ключевые тезисы лекции

1

С начала 2000-х годов **оформился социальный институт блогерства**. Профессиональные авторы все отчетливее осознают себя самостоятельными игроками в информационном пространстве – подкупая аудиторию «новой искренностью», они вынуждают СМИ делиться частью рекламного рынка.

2

Часть блогеров – так называемые **гражданские журналисты** – **претендуют на роль «пятой власти», новых СМИ**. В действительности они являются культурной периферией медиасферы. Блогеры встраиваются в нее, опираясь на существующую систему СМИ (традиция рабселькоровского движения), либо образуют альтернативный канал (традиция самиздата).

Ключевые тезисы лекции

3

Эпоха Web 2.0 также способствовала **появлению медийных проектов**, в том числе и коммерческих, в которых аудитория, а не журналисты играет ключевую роль в сборе обработке и распространении контента. Жизнеспособность UGC-проектов зависит от устойчивости лежащих в их основе сообществ.

4

Самодостаточные UGC-проекты в сфере журналистики редки, чаще применяется **«синтетический подход»**, при котором редакторы собирают рейтинговый UGC на популярных социальных площадках, структурируют и дополняют его, превращая в журналистский продукт.

Ключевые тезисы лекции

5

Массовые сообщества в социальных медиа **обладают всеми необходимыми атрибутами СМИ** – периодичностью обновления, редакционной политикой, устойчивой системой жанров и рубрик, постоянным штатом авторов, моделью получения прибыли. Один из векторов их развития – создание сетей разной тематики для последующей монетизации аудитории.

6

Белорусские проекты «ВКонтакте» находятся под сильным влиянием российского сегмента, откуда идет экспорт творческих форматов. В то же время идет **активный поиск собственной идентичности** – за счет использования белорусского языка и образов локальной поп-культуры.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

<http://socmedia.by/teaching/socmedia/>
<http://edujourn.bsu.by>