

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/349872>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Журналистика (другое)

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА 1. Технология разговорных видеоблогов

1.1. Видеоблогинг как формат журналистики: истоки, эволюция, современное состояние 7

1.2. Интервью в жанровой структуре видеоблогов 13

1.3. Драматургия видеоблога-интервью 18

ГЛАВА 2 Анализ видеоблога виктории молдавской

2.1 Контент-стратегия видеоблога 28

2.2. Коммуникативная стратегия ведущей 32

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 36

ЛИТЕРАТУРА 38

В исследовательских кругах и в сообществах практиков сегодня идет нескончаемый спор о том, можно ли считать блогинг / видеоблогинг журналистикой. Это действительно важная дискуссия, поднимающая такие болезненные для современной журналистики вопросы, как профессиональная этика, качество контента, его познавательность, полезность и «экологичность».

Милославская З. А. считает, что «разговор о блогинге – как об относительно новой форме информирования и коммуникации – эффективней вести в контексте понятия «постжурналистика». То есть говорить о нем как о порождении принципиально новой журналистики, сформировавшейся под воздействием глобального процесса медиаконвергенции.

Постжурналистика понимается Милославской З. А. «как переродившаяся журналистика: ориентированная на эмоции, визуальность, развлекательность и виртуальность, а также слившаяся в глобальном медиаполе с другими типами словесного и несловесного творчества: PR, рекламой, медиатекстами культуры и искусства» .

Милославская З. А. при использовании термина «постжурналистика», ориентировалась на определение «журналистики постмодерна», характеристики которой сегодня общеизвестны: многообразие и хаотичность информации; непрерывность информационного потока; исчезновение категории времени; отсутствие тематических ограничений; сближение форматов / жанров; ставка на развлечение: движение в подаче от «новости» к «истории»; мультимедийность; коллективное авторство; отсутствие ориентации на литературный язык. Однако приставка «пост» в понимании Милославской З. А., не только соотносится с постмодерном, но и символизирует новую форму привычной профессии, пришедшую на смену традиционной, то есть появившуюся «после».

Гражданская журналистика – разновидность классической журналистики, в рамках которой любой человек может транслировать свое видение той или иной социально-политической проблемы – родственное блогу понятие. Сегодня, поскольку гражданские журналисты используют и блогосферу как канал коммуникации, существует тенденция ставить знак равенства между ними и блогерами, что не во всех случаях верно, если судить с традиционных позиций. Однако здесь важно упомянуть, что среди молодых исследователей уже существует взгляд на блогинг как на законный подвид традиционных медиа.

Также Милославская З. А. выделяет еще одно родственное понятие блогинга: «свободная журналистика». Свободная журналистика, на взгляд Милославской З. А., это разновидность классической журналистики, при которой профессиональные журналисты уходят из редакций, чтобы создавать свои – независимые – медиа (разной направленности и различного качества). Этот процесс очевиден в последние несколько лет: можно, например, отметить «свободные» проекты – YouTube-каналы – журналистов Леонида Парфёнова («Parfenon»), Алексея Пивоварова («Редакция»), Глеба Пьяных («Дом за год»), Константина Семёна и др. Также Милославская З. А. делает уточнение, что «определение «свободная», данное журналистике, в широком смысле, безусловно, является весьма абстрактным понятием, потому что абсолютной свободы не может быть ни у одного медиа (если только оно не создается единственным автором, которому не нужно ни с кем согласовывать свои решения и позицию)». Поэтому предпочтительно говорить о свободе в узком смысле: в понимании Милославской З. А. «свободной» журналистика может называться в том случае, если у

автора нет зависимости от жёсткой редакционной политики, мнения спонсора (реклама может присутствовать, но не должна влиять на внутреннюю политику) и каких-либо политических сил. Таким образом, «свободный журналист – это профессиональный журналист, создавший своё, независимое (опять же в узком смысле) медиа. Он относительно свободен от внешнего влияния, но взамен вынужден быть «конвергентной редакцией» практически в одном лице: обладать профессиональными, транспрофессиональными и надпрофессиональными навыками, что часто становится испытанием даже для журналистов с большим стажем» .

В работе Лобановой Д. Д. приводится следующее определение видеоблога: видеоблог (сокращённо влог [англ. vlog]) – это форма блога, в котором средством передачи информации является видео. Видеоблог является формой веб-телевидения. Записи в видеоблогах сочетают встроенное видео или видеосвязь с поддержкой текста, изображений и других метаданных. Записи могут быть сделаны в виде одного блока или состоять из нескольких частей.

В 2007 г. видеохостинг YouTube запустил партнерскую платформу. Таким образом, благодаря рекламе и платной подписке на YouTubeRed, у пользователей появился шанс заработать на своем контенте. Именно тогда количество видеоблогеров начало резко увеличиваться, а из простого любительского занятия, видеоблогинг смог перерасти в профессиональный вид деятельности. Американские видеоблогеры активно стали развивать свой контент. Они заимствовали идеи из телевизионных передач, уделяя особое внимание своему съемочному оборудованию, монтажированию и видеоэффектам.

Основные задачи видеохостинга YouTube:

- удобство в использовании видеохостинга;
- улучшение интерфейса;
- добавление новых функций;
- доступность для каждого.

Множество популярных российских видеоблогеров брали свои идеи, приемы и техники у западных коллег для создания своих собственных видеоматериалов (RWJ - это русскоязычные видеоблоги «+100500» и «This is хорошо»; «Nostalgia Critic» — это русскоязычный «BadComedian»; «AVGN» — это русскоязычный «Илья Мэддисон»).

Историю видеоблогинга в России можно условно поделить на четыре этапа:

1. Обзоры на видеоигры (2008-2011);
2. Развлекательные шоу и обзоры на вирусные видео. «Спасибо, Ева!», «My Duck's Vision» и «CarambaTV» (2011-2013);
3. Женский видеоблог (2011-2015) и Let`splay (2013-2014);
4. Профессиональный видеоблог (2015-настоящее время).

Боборова Е. Б. и Лобанова Д. Д. для того, чтобы выявить отношение нового поколения к видеоблогингу провели социологическое исследование. Было опрошено 50 человек (16-27 лет). По результатам анкетирования был определен ТОП-10 видеоблогеров, который включал следующих персонажей: «Юрий Дудь, Николай Соболев, Марьяна Ро, Стас Давыдов, TheKateClapp, Wylsacom, Амиран Сардаров, Kuplinov Play, Славный Друже Oblomoff, SlivkiShow» .

Ниже представлены жанры «YouTube», которые в настоящее время стали популярными в России.

1. Обзоры – данный жанр включает в себя осмотр и анализ одного или нескольких предметов. Под предметом принято понимать какой-либо товар или услугу, фильмы или сериал, видеоигру.
2. Анбоксинг или распаковка – этот жанр включает в себя распаковку товара, который был куплен блогером в магазине или через интернет. Важно не путать его с обычным обзором. В обзоре говорится о положительных и отрицательных сторонах товара, в то время как анбоксинг состоит только из процесса распаковки, с сопутствующим повествованием, почему блогер выбрал и купил именно эту вещь.
3. Обучающие видео – это видеолекции профессоров различных университетов, знаменитых и добившихся успеха людей. Очень востребованы ролики, где человек показывает, как делать те или иные вещи, и выступает в роли наставника.
4. Влог считается наиболее популярным жанром на YouTube. Жанр, в котором блогер повествует о своей жизни. Большинство своих поездок или путешествий блогер снимает на камеру, делится эмоциями от происходящего, комментирует все события во время записи видео, и в конце ролика подводит итоги.
5. Шоу-жанр, в котором авторы воплощают свои оригинальные идеи. Блогеры смотрят иностранные мультфильмы, пробуют новые продукты, или пытаются понять, что содержится в коробке, потрогав это руками. Эмоции, интрига и неожиданные реакции, на протяжении всего шоу, держат зрителя в напряжении, поскольку участники не знают, что может оказаться в коробке на этот раз – тараканы, паук

или это всего лишь шерстяная варежка.

6. «Let`splay - это видеоролики, реже набор скриншотов, которые сопровождаются текстом, где игрок или группа игроков показывает и комментирует процесс прохождения разных компьютерных игр» .
Затем Бобровой Е. Б. и Лобовой Д. Д. были определены жанры видео данных видеоблогеров. Это было сделано для того, чтобы определить, какие жанры на данный момент считаются наиболее популярными и востребованными среди зрителей по просмотрам на видеохостинге YouTube. Так, наиболее распространенные жанры - это шоу и влоги.

1. Боброва, Е. Б. Анализ феномена видеоблогинга на примере видеохостинга Youtube / Е. Б. Боброва, Д. Д. Лобанова // Молодёжь, наука, инновации: актуальные вопросы современности : сборник статей Международной научно-практической конференции, Пенза, 07 мая 2021 года. – Пенза: Общество с ограниченной ответственностью «Наука и Просвещение», 2021. – С. 180-183.
2. Лебедева Е. Г. Российский сегмент «YouTube» в период пандемии: трансформация контента и жанровой структуры / Е. Г. Лебедева // Меди@льманах. - 2021. - № 1. - С. 54-62.
3. Лукина М.М. Технология интервью [Электронный ресурс] / М. М. Лукина. - М.: Аспект Пресс, 2003. 352 с.
4. Мансурова, А. В. Жанр интервью: теория вопроса / А. В. Мансурова // Молодежные исследования и инициативы в науке, образовании, культуре, политике : Сборник материалов XVII Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Биробиджан, 28-29 апреля 2022 года. – Биробиджан: Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема, 2022. – С. 153-156.
5. Мансурова, А. В. Жанр интервью: теория вопроса / А. В. Мансурова // Молодежные исследования и инициативы в науке, образовании, культуре, политике : Сборник материалов XVII Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Биробиджан, 28-29 апреля 2022 года. – Биробиджан: Приамурский государственный университет им. Шолом-Алейхема, 2022. – С. 153-156. – EDN EXMDAN.
6. Милославская, З. А. Videоблог как формат «свободной» журналистики / З. А. Милославская // Медиареальность XXI века: эпоха глобальных реформ : материалы I международной научно-практической конференции, Москва, 05 марта 2021 года. – Москва: Московский педагогический государственный университет, 2021. – С. 300-306.
7. Муратов С. А. Диалог: телевизионное общение в кадре и за кадром [Электронный ресурс] / С. А. Муратов.
8. Никишин, В. И. Виды интервью. Особенности подходов к созданию аналитического интервью / В. И. Никишин // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 35. – С. 2557-2561.
9. Никишин, В. И. Специфика и место интервью в системе журналистских жанров / В. И. Никишин // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 35. – С. 2562-2567.
10. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2004. 382 с.
11. Шестерина А. М. Жанровый аспект формирования экранного имиджа видеоблогера // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 140–146.
12. Янчева Н.Ю. Личность в интервью в историческом аспекте // ВЕСТНИК. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 2. С. 229-233.
13. Блог «Вика Бизнес Чика» в социальной сети «YouTube» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/@viva_la_vika (дата обращения: 21.05.2023).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/349872>