**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Борисова Арсения Михайловича**

**«ФОТОБЛОГ КАК КОММУНИКАЦИОННЫЙ ФЕНОМЕН»**

**Н. рук. – Никитин Владимир Анатольевич, канд. истор. наук, доцент**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очная форма обучения**

**Актуальность** данной темы заключается в том, что журналистика вот уже 10 лет находится в стадии глобальных изменений: растет число интернет- ресурсов, социальных сетей, разнообразных информационных платформ, газеты и журналы на глазах становятся мультимедийными и приобретают новые формы, жанры и стилистику. Одна из новых форм журнализма – фотоблоги.

**Объект исследования** – многообразие коллективных и индивидуальных, любительских и профессиональных фотоблогов. Фотоблоги, инициируемые со СМИ.

**Предмет исследования** – фотоблог как коммуникационный феномен. Профессионализация и классификация фотоблогов.

**Цель работы** - определение того, какую роль играют фотоблоги в глобальном информационном потоке.

**Задачи**: 1) Составить классификацию фотоблогов с помощью контент-анализа. 2) выявить темы, жанры, представляющие наибольший интерес; 3)определить наиболее успешные форматы и формы профессионализации 4) Выявить наиболее эффективные стратегии и алгоритмы 5) провести подробный анализ отдельных фотоблогов – лидеров 6) Рассмотреть как видоизменяется сама фотожурналистика в контексте фотоблогов.

**Методологическая база.** Исследований на эту тему не так много. Отметим работы Норберта Больца «Азбука медиа» и Иосквеча «Интернет как новая среда художественной культуры».Поэтому мы привлекли в своем исследовании междисциплинарные источники, исследующие коммуникацию, философию, социологию, журналистику -- работы Бурдье, Маклюэна, Флюссера, Беньямина, Сонтаг и других.

**Эмпирическая база** – индивидуальные и коллективные фотоблоги на платформах «Livejounral», «blogpost», социальных сетей и других платформ.

В первой главе данной работы рассмотрены предпосылки становления среды фотоблогов, определения фотоблога как феномена. Также рассматривается возможность классификации фотоблогов.

Вторая глава посвящена фотоблогам на платформе Livejournal, лидерам общественного мнения, а так же разнообразию функционирования таких блогов. В третьей главе производится контент-анализу фотоблогов. в социальных сетях, их политические, социальные и коммерческие возможности , а так же работа СМИ в социальных сетях и ее перспективы .