

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области  
Управление образования администрации Горноуральского городского округа  
Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение средняя  
общеобразовательная школа №4

Направление:  
социально-экономическое

Проект

Блогер профессия 21 века

Выполнила: Андрееenkova Юлия Павловна, 10 класс  
Научный руководитель проекта: Лобов Максим Олегович  
учитель истории МБОУ СОШ№4 с. Лая  
Контактный телефон руководителя проекта: 89220322705  
Электронная почта руководителя проекта: bn8@yandex.ru

## Оглавление

Введение	3
Глава I. Теоретическая часть	4
1. Понятие «Информационное общество» и его тенденции	4
2. История возникновения профессии «блогер»	7
3. Современные тенденции и тренды социальных сетей	8
Глава II. Практическая часть	10
1. Разработка собственного контент плана, стратегии развития блога	10
2. Создание и оформление канала в социальных сетях	13
Заключение	16
Список литературы	17

## Введение

Мы живём в двадцать первом веке, характерной чертой нашего быта является обилие информации. Каждый день мы взаимодействуем с информацией: получаем её, перерабатываем, оставляем в памяти то, что наиболее необходимо для именно нас. Обилие информации подкрепляется и различными источниками СМИ, которые могут оказывать большое влияние на общество и происходящие в нём процессы. И сейчас, во время коронавирусной инфекции, когда людям приходится всё больше проводить времени в сети интернет. Но все ли источники СМИ говорят правду? Всегда ли информация, предоставляемая нам, интересная и нужная? Вопрос очень спорный. Но если бы был человек, который профессионально занимался решением вышеупомянутых вопросов?

Таким образом, **цель моей работы** создание и выведение на монетизацию собственного блога

В качестве **объекта** исследования я выбрала изучение общественных, информационных тенденций в профессии «блогер».

**Предмет** исследования – профессия «блогер».

**Задачи исследования:**

1. Изучить историю появления блогинга в России.
2. Проанализировать современные тенденции и тренды информационной сферы общества.
3. Разработать контент-план канала и стратегию его развития.
4. Создать свои каналы на различных платформах в сети и запустить их в действие.

**Методики нашего исследования:** изучение научной и исследовательской литературы, анализ информации в сети интернет, наблюдение, эксперимент, метод проектов.

Наша **гипотеза:** «блогер — это перспективная профессия 21-го века».

## **Глава I. Теоретическая часть**

### **1. Понятие информационное общество и его тенденции**

Итак, что же такое информационное общество? Для поиска ответа на этот вопрос мы воспользовались несколькими словарями:

1. информационное общество - понятие модернизационной парадигмы философии истории и социальных дисциплин, согласно которой любое общество проходит следующие стадии в своем развитии: аграрное (до-индустриальное, традиционное); современное (индустриальное); постсовременное (постиндустриальное, информационное). Информационное общество рассматривается как качественно новый период в развитии цивилизации. Понятие Информационное общество было сформулировано на Западе в 1980-е в связи с широко развернувшейся микроэлектронной революцией. Со временем оно обрело статус одного из самых распространенных и общих названий всех философско-социологических и футурологических концепций (первые из которых были разработаны уже в конце 1960-х начале 1970-х), стремящихся осмыслить новую социальную реальность, которая начала складываться в 1950-е (по оценкам некоторых авторов в 1960-е) сначала в США, а затем и в странах Западной Европы, Японии. Употребление термина "информационное общество" широко распространено на Западе для характеристики современного состояния общественно-экономического развития. Наряду с этим названием существует и множество других, например «постиндустриальное общество» (8).

2. Информационное общество - одна из теоретических моделей, используемых для описания качественно нового этапа общественного развития, в который вступили развитые страны с началом информационно-компьютерной революции. Технологическим основанием общества становятся не индустриальные, а информационные и телекоммуникационные технологии (ИТТ). Информационное общество это общество, в котором: 1) Ин-формация становится главным экономическим ресурсом, а информационный сектор выходит на первое место по темпам развития, по числу занятых, по доле капиталовложений, по доле в ВВП. ИТТ становятся главным средством повышения эффективности

производства, укрепления конкурентоспособности как на внутреннем, так и на мировом рынке. 2) Имеется развитая инфраструктура, обеспечивающая создание достаточных информационных ресурсов. Это в первую очередь система образования и наука. Происходит перераспределение ресурсов в пользу науки и образования. В США так называемый накопленный человеческий капитал в три раза больше активов всех американских корпораций. Основной формой собственности становится интеллектуальная собственность (7).

3. Информационное общество - постиндустриальное общество, в котором основной производительной силой выступают знания и информация (8).

4. Информационное общество - новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главные продукты производства информация и знания. Отличительными чертами информационного общества являются: доступность необходимой информации для всех его членов, способность общества производить всю необходимую для его жизнедеятельности информацию, а также обеспечить всех граждан средствами доступа к этой информации (7).

5. Информационное общество (INFORMATION SOCIETY) - основываясь на концепции постиндустриального общества, согласно которой знание превращается в главный источник стоимости в экономике, ряд социологов предложили рассматривать информацию и пользование ею в качестве определяющих черт новой формы общественной организации. С этой точки зрения, появление так называемой информационной супермагистрали (слияние различных технологий в одну интегрированную информационную технологию), а также увеличение роли интеллектуальных услуг в финансовой сфере привели к образованию нового технического и экономического базиса современного капитализма, что в свою очередь оказало глубокое воздействие на характер всего общества. М. Кастельс (Castells, 1996) выделяет основные черты информационной экономики, которую он обозначает термином «информационализм»:

- 1) Информация является основным ресурсом («сырьем») экономики.
- 2) Информационная технология оказывает глубокое влияние на общество и человека.
- 3) Информационная технология обеспечивает такой уровень обработки

информации, при котором логика сетей может применяться к экономическим процессам и организациям (6)

Проанализировав эту информацию, я выделила основное, краткое понятие, которое имеет общие черты с вышеупомянутыми словарными статьями и является их обобщением:

Информационное (постиндустриальное) общество - это новый исторический период развития общества, в котором информация и знания становятся главным продуктом производства, а создание, хранение, переработка и передача информации — одной из важнейших деятельности в экономической, политической и культурной сферах.

История зарождения понятия «Информационное общество берёт и своё начало в 90-х гг., после появления кибернетики. Его изучением занимались американские ученые К. Шеннон, Н. Виннер, Д. Нейман, английский криптограф А. Тьюринг и советские математики школы А. Н. Колмогорова.

Однако сам термин был предложен японским теоретиком К. Коямой только в 1961. Основываясь на трудах теоретика, японцы в 1972 году приняли программу «План информационного общества; национальная цель к 2000 году».

Впоследствии термин стал популярен и в западных странах и активно применялся в работах известных европейских ученых, изучающих феномен информационного общества.

В процессе своего становления термин «информационное общество» обрел большую популярность и стал активно использоваться не только в профессиональной речи специалистов, работающих с информацией, но и в лексиконе политических деятелей, экономистов, преподавателей и ученых.

Информационное общество формируется как глобальное и включает в себя:

- мировую "информационную экономику";
- единое мировое информационное пространство;
- глобальную информационную инфраструктуру;
- формирующуюся мировую законодательно - правовую систему.

Итак, важнейшей чертой информационного общества является работа с информацией. Почему же СМИ оказывают значительное влияние на общественную жизнь? Почему одна и та же информация может быть отвергнута/принята общественной массой из-за разной подачи информационного потока? О человеке, который профессионально занимается «упаковкой» и «продажей» информации пойдёт далее наша речь.

Что же касается блогинга, то какие плюсы и минусы данной профессии?

Плюсы:

- Блогинг - это работа и хобби в одном
- Бартерные соглашения дают бесплатную продукцию, которую блогер готов рекламировать: от косметики и подгузников до автомобилей и путешествий
- Гибкий график
- Отсутствие начальства

Минусы:

- Ненормированный рабочий день
- В отличие от других профессий, блог требует 2-3 года работы бесплатно
- Риски, что не заплатят за рекламу и заказчик нарушит договор
- Нестабильный заработок

## **2. История возникновения профессии «блогер»**

Блог (англ. blog, сокр. от weblog, web «паутина» и log(us) слово) - сетевой журнал, или дневник событий в Интернете, содержащий регулярно добавляемую информацию личного характера, которую владелец блога (блогер) предоставляет пользователям сети. Как правило, информация в блоге размещается в хронологическом порядке, допускается возможность составления комментариев другими пользователями. Ведение блога предполагает наличие на сервере программного обеспечения (движок блога), позволяющего добавлять и изменять записи. Оно может быть размещено на личном веб-пространстве автора или в одной из служб, предоставляющих место специально для блогов (ист. Энциклопедический словарь).

Слово *blogosphere*, то есть «блогосфера», было придумано публицистом Брэдом Грэхэмом 10 сентября 1999 года, и преподносилось им как шутка. Как термин оно вошло в оборот спустя три года, в рунет оно также пришло в 2002 году.

Первым блоготом принято считать (так получилось, что существует множество конкурирующих утверждений о том, кто является первым блоготом в мире, поэтому данный вопрос является очень спорным, мы же будем условно считать Тима Бернерса - Ли первым блоготом) сайт основателя Интернета Тима Бернерса-Ли (Tim Berners-Lee), где он публиковал заметки о развитии Интернета. В августе 1999 компьютерная компания Pyra Labs (Сан-Франциско) открыла сайт первой бесплатной блоготой службы — Blogger, который был выкуплен компанией Google. В 2003 популярность блоготом настолько возросла, что они были объявлены отдельным жанром сетевой литературы.

### **3. Современные тенденции и тренды социальных сетей**

Начать стоит с того, что блоготом разделяют на несколько типов, в зависимости от выбора типа блоготом существует определённая специфика развития канала. Блоготом бывают:

- Видеоблоготом (влоготом). Обычно их ведут на Youtube/в Instagram, а так же в TikTok. Автор влоготом снимает видеоролики, клипы, онлайн-трансляции или стримы (запись с экрана). Одним из минусов данного направления является то, что обработка видео не редко, занимает времени больше, чем снимается сам влоготом.

- Текстовый блоготом. Главное содержание блоготом составляют текстовые статьи. Посты можно публиковать в социальных сетях (Livejournal, V Kontakte, Facebook и др.) или на специальной площадке для ведения блоготом (Blogger, Medium, Tilda).

- Фотоблоготом. Главный упор автор блоготом делает на красивые изображения - фото, а так же собственные картины. Удобно вести такие блоготом в Instagram, Pinterest, Tumblr и т.д.

- Микроблоготом. Автор публикует короткие заметки, цитаты, афоризмы, заголовки новостей около 140 символов. Самым популярным сервисом для микроблоготом стал Twitter.



Сейчас всё чаще можно встретить смешанные блоги, так как разработчики при-ложений, соревнуясь за новых пользователей, всё более совершенствуют функционал своей платформы для возможности ведения смешанных блогов у себя на площадке. Такие смешанные блоги набирают всё большую популярность, так как информация интереснее, если её подача разнообразна. Особенно у блогеров приветствуется своя «изюминка», тот формат/особенность, которая выделяет блогера среди сотен, тысяч других.

Сверхпопулярные блогеры могут работать сразу на нескольких площадках. Например, российский блогер Илья Варламов, общественный деятель, предприниматель и журналист, который много путешествует и пишет о городском благоустройстве, ведет канал на Youtube, в Instagram, Livejournal, Telegram, Twitter, Vkontakte и на собственном сайте.

Быть блогером означает создавать только уникальный контент, подкреплённый собственным опытом. За эту уникальную точку зрения пользователи интернета и любят блогеров. Этим блогер отличается от SMM-специалиста, который ведет социальные сети и не стесняется наполнять их заимствованными фото, видео и статьями.

## **Глава II. Практическая часть.**

### **1. Разработка собственного контент - плана, стратегии развития блога.**

В начале своего пути каждый блогер сталкивается с поиском своей собственной ниши. Перед нами встаёт вопрос: какой контент будет интересен нашей аудитории и привлекать большее количество просмотров ? Нужно знать существующие на данный момент, на рынке информации, тенденции.

Выше, в теоретической части мы провели анализ и выявили, что одной из главных тенденций развития современных соцсетей является индивидуальность. Мы решили совместить ведение нашего канала с бизнес проектом «Вох-fox», который я развиваю с января 2021 года. Параллельное ведение этих двух тематик позволяет развивать бизнес проект вместе с каналом одновременно, так как это:

- 1)Обилие контента;
- 2)Возможность розыгрышей нашей продукции с целью привлечения новой аудитории;
- 3)Прямое взаимодействие с публикой;
- 4)Развитие бизнес идеи без страха «потерять» интерес аудитории.

Для своего развития мы выбрали следующие соц.сети: VK, Instagram, TikTok.

История моего пути ведения блога началась ещё в 2018 году. Тогда моя направленность блога была связана с модельным бизнесом, так как я активно работала в этой сфере и делилась с подписчиками информацией о здоровом питании, похудении, опыте работе в сфере моделинга. Моя информация имела большое количество фотографий, поэтому выбор интернет площадки остановился на Instagram. Ведя этот блог, мне удалось за полгода набрать аудиторию в 1000 подписчиков без привлечения платной рекламы. Однако на этом развитие страницы остановилось, так как мы не имели чёткой стратегии развития канала. Информация публиковалась в хаотичном порядке, визуализация оставляла желать лучшего.

Данный канал, на настоящий момент уже не существует, но опыт, полученный в ходе его ведения, остался. Поэтому мы хотим запустить работу канала, с учетом предыдущих ошибок, используя контент - план.

Контент - план - это график публикаций с конкретной темой, датой и временем, которые расположены в определённой последовательности.

Мы выбрали направление блога: личный блог о жизни школьницы, совмещённый с бизнес проектом «bof-fox».

Нам нужно разработать стратегию развития канала исходя из того, что в блоге будет присутствовать достаточный объем текстовой информации, фото-контент, небольшие видеоролики в формате полезных видео-идей для подарков, и т.д.

Особенностью нашего канала будет бесплатное взаимодействие с публикой: мини игры, бесплатная обработка фото/видео подписчиков (в качестве призов за активность в блоге), а так же розыгрыши коробочек. На наших страницах мы хотим честно рассказывать о жизни старшеклассницы, как она есть, делиться советами не только для ведения бизнеса или изготовления подарков, но так же и советами, актуальными в повседневной жизни(time-менеджмент, рецепты, мини - тренировки, лайфхаки для учёбы и так далее).

Мы разработали следующую стратегию развития каналов, без учёта этапа создания самих каналов ( из-за специфики каждой из выбранных площадок, оформление может немного отличаться, но суть информации будет представлена в оптимальном формате):

#### 1.«Раскрутка» канала:

1.1. Интересная информация в юморной форме, раскрывающая посыл блога (мини-ролики для TikTok, Instagram и VK истории);

1.2. Бесплатные советы и лайфхаки для подписчиков блога;

1.3.Проведение лайк-таймов( взаимная активность подписчиков друг для друга с целью повышения охватов блога);

1.4.Розыгрыши коробочек bof-fox ,только для подписчиков (с целью увеличения аудитории).

## 2. Создание основного контента:

2.1. Информация о том, как я ещё учусь в школе, одновременно развиваю свой блог (моя история развития и советы);

2.2. Принципы создания подарка для себя и своих близких на любой ценовой коридор;

2.3. Мой быт и time-менеджмент( история успеха на Большой перемене, важность правильного распределения времени, тренировки и питание).

## 3. Анализ статистики соц.сети для дальнейшего продвижения блога.

### Контент-план на месяц (март 2021)

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
01.03. Пост знакомство: «50 фактов обо мне».	02.03. Идея для подарка видео-ролик «Love is...»	03.03. Истории в VK,Instagram: «Почему так важно делать подарки себе?»	04.03. Пост: «6 привычек, без которых я не представляю своё утро».	05.03. Лайк-тайм.	06.03. Проверяем лайфхаки для изготовления наполнителя для коробочек из YouTube.	07.03. Субботний пост: «Учимся отдыхать».
08.03. Истории в VK,Instagram: «Не дарите это своим близким!»	09.03. Розыгрыш 1-го арта для подписчиков.	10.03. Пост : « 3 идеи для быстрого, но вкусного завтрака».	11.03. Идея для подарка видео-ролик: «Лучшему мужчине».	12.03. Лайк-тайм.	13.03. О конкурсе Большая перемена: «что это и как я попала туда?»	14.03. Субботний пост: «10 минут медитации – залог продуктивности?!»
15.03. Готовим с Лисой: паста с курицей и шампиньонами в	16.03. Идея для подарка видео-ролик: «Корочка сладёны».	17.03. Пост: «Большая перемена: Поездка в Тюмень».	18.03. Розыгрыш авторской обработки фотографии и для подписчиков	19.03. Лайк-тайм.	20.03. Пробуем сварить подарочное мыло по рецептам TikTok.	21.03. Субботний пост: «Рецепт высокобелкового бананового

сливочно м соусе (видео- рецепт).			в.			ПП суфле».
22.03.  Пост: «5 причин, почему тебе нужно заняться планиров анием своего времени!»	23.03.  Истории VK,Instagra m: «Большая Перемена: поездка в Артек».	24.03.  Видео- рецепт: «ПП чипсы, лучше сем из магазина!»	25.03.  Розыгрыш бокса: «Лучшему мужчине».	26.03.  Лайк-тайм.	27.03.  Проверяем лайфхаки из ТикТок : «3d открытие за 4 минуты».	28.03.  Субботный пост: «Топ 5 фильмов на вечер».
29.03.  Школа: «Лайфхак и от Лисы для хорошей учёбы».	30.03.  Пост: «Почему животные это самый неудачный подарок?»	31.03.  Пост: «Большая Перемена: трудности конкурса, с которыми я столкнулась ».				

## 2.2. Создание и оформление канала в социальных сетях.

Теперь, когда мы уже выбрали направление блога, выделили особенные черты канала, которые будут отличать его от других похожих, составили контент план, построили стратегию развития канала, можно приступать к практической части нашего проекта.

Первым делом, мы создали учётные записи на выбранных платформах: TikTok и Instagram (страница в VK уже есть).

Главным шагом в фундаменте успешного канала является грамотно оформленная шапка профиля. Шапка профиля - основное описание профиля,

расположенное справа или под фотографией пользователя. Содержание шапки напрямую зависит от типа аккаунта и ключевой тематики.

Данный раздел является визитной карточкой блога, где зритель, зайдя впервые в данный профиль, решает для себя: Хочет ли он становиться подписчиком этого канала? Что его привлекает именно в этом блоге? Понятен ли посыл автора для него?

Для уникальности своего канала я взяла образ Лисы. Данный ход может привлечь больше людей, а простой образ будет ассоциироваться с моим блогом. Подобным ходом нередко пользуются, на данный момент, уже очень популярные блогеры.

Название канала так же является одной из главных составляющих. Я выбираю названия схожие с моим именем/образом лисы. Т.к. VK будет соцсетью более привязанной к моей личности и повседневной жизни, то для удобства я оставляю там своё имя и фотографию. Для Instagram и TikTok я выбираю названия `_little_luck_fox`( Instagram) и `_box_fox_` (TikTok).

Теперь нужно выбрать аватарку, по которой подписчики будут узнавать мой канал, смотря истории/видео. Аватáр, аватáра (просторечн. áва, аватáрка от англ. avatar), а также юзерпик (англ. userpic, сокр. от англ. user's picture — «картинка пользователя») — графическое представление пользователя, его альтер-эго, игрового интернет персонажа. В VK я оставляю свои фото, так как канал будет использоваться для связи со мной. В Instagram я так же выбираю своё фото, ведь в данной соцсети такой аватар будет более популярен, из-за нацеленности этой соц.сети на фотоконтент. В TikTok же я поставлю аватар-арт, нарисованный мной для проекта «Вох-Фох».

Важным этапом подготовки канала является создание фото контента. Фото-контент привлекает подписчиков при первичном просмотре поста /истории. Благодаря опыту работы в модельном бизнесе, я могу уже сама создавать красивые, эстетичные фото, даже в домашних условиях. Для этого я использую приложения для составления ленты в Instagram и TikTok.

Ограничивается фото только дома мы не будем, контент должен быть интересным и необычным, выделяющимся из общей массы других постов.

Но для общей воспринимаемости информации я придерживаюсь следующих правил :

1)Общая тематика фото (определённый фотосет),например : новогодняя фотосессия, фото в стиле минимализм и так далее, данный пункт можно ограничить только нашей фантазией.

2) Тренд этого года: фото коллажи по 9 постов одного цвета(т. е. 9 фото, объединённые одним цветом, вписывающиеся в общий облик ленты).

3) Обработка фото (советуется похожая обработка, в одном стиле).

4)Чередование своих фото с просто эстетичными фото(на пример, стол в книгами, листопад и т.д.),которые будут вносить в ленту разнообразие.

Данные правила довольно условны и конечно же могут быть исключения из них. Нужно наблюдать за активностью подписчиков, и просто получать удовольствие от своего дела, потому что если у человека лишь одна цель, заводя блог, и это получение прибыли, то публика очень остро чувствует, когда её используют только с целью заработка (навязчивая реклама, вечные "донаты и пр.).

## **Заключение.**

Мы провели большую работу, узнали подробнее о современной сфере развития социальных сетей, выяснили основные тенденции в развитии данной сферы. Теперь, мы можем смело сказать, что блогер это и вправду — это перспективная профессия 21-го века, которая может совмещать в себе хобби и источник дохода, а так же быть основной профессией человека. Я подробно познакомилась с видами блогов и их спецификой, узнала больше из истории развития блогинга. Полученные в ходе этой работы знания и опыт непременно пригодятся мне в дальнейшем, так как я хочу далее развиваться в этой сфере и получать удовольствие от своего дела, изготавливать и генерировать полезный и интересный контент для моей аудитории.

Можно так же сказать смело, что в связи с развитием соцсетей большее значение имеет виртуальный образ человека(особенно остро мы столкнулись с этим в период коронавирусной пандемии). Поэтому знать основы оформления своей страницы, хотя бы на базовом уровне, важно каждому из нас.

Сейчас у нас есть 3 готовых канала в TikTok, Instagram, VK. Пользуясь разработанными ранее инструментами, мы будем развивать наш блог.

Так же мы развиваем наш проект "Vox-fox", как говорилось ранее мы открыли его в январе 2021 года. На данный момент мы уже собрали 4 коробочки, 2 из которых проданы. Мы не будем останавливаться на достигнутом, тем более, что данный проект - это возможность контент базы для нашего канала.



## Список литературы

1. [Электронный ресурс] / Профессия блогера. - Режим доступа: <https://yandex.ru/collections/api/links/redirect/?url=https%3A%2F%2Fmynetmoney.ru%2Fprofessiya-blogger%2F&yid=9019558421595515255>:- статья в интернете.
2. [Электронный ресурс] / Как стать блогером? И можно ли это считать профессией?. - Режим доступа: <https://proforientator.ru/publications/articles/kak-stat-bloggerom-i-mozhno-li-eto-schitat-professiey.html>:- статья в интернете
3. [Электронный ресурс] / История ведения блогов: как развивались блоги (с 1993 по 2020 годы). - Режим доступа: <https://saitsamy.blogspot.com/2019/08/1993-2019.html> :- статья в интернете
4. [Электронный ресурс] / Краткая история развития блогинга. - Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/kratkaya-istoriya-razvitiya-blogginga.html>: - статья в интернете
5. [Электронный ресурс] / Основные тенденции развития информационного общества. - Режим доступа: <https://www.stud24.ru/information/osnovnye-tendencii-razvitiya-informacionnogo-obshhestva/226463-663032-page1.html>:- статья в интернете
6. [Электронный ресурс] / что такое блог?. - Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/es/70926/БЛОГ>: - электронные словари
7. [Электронный ресурс] / что такое информационное общество . - Режим доступа: <https://wiki.fenix.help/informatika/informatsionnoye-obshchestvo-eto>: - электронный словарь
8. [Электронный ресурс] / Социологический словарь - информационное общество. - Режим доступа: <http://www.вокабула.рф/словари/социологический-словарь/информационное-общество>: - электронный словарь